



Mercado Digital

Patricia Knebel

patricia.knebel@jornaldocomercio.com.br

Confira, diariamente, no blog Mercado Digital, conteúdos sobre tecnologia e inovação. Para acessar, aponte a câmera do seu celular para o QR Code.

jornaldocomercio.com/mercadodigital



Gaúcha de IA mira faturar R\$ 50 milhões

Com projeção de faturamento de R\$ 2 milhões até o final do ano e, no triênio, de R\$ 50 milhões, a Sollara, startup focada em Inteligência Artificial, integração de sistemas, agentes inteligentes e automação de processos, chega ao mercado.

A busca desse resultado considera marketing e ações comerciais no Brasil, nos Estados Unidos e em Portugal.

A empresa é a nova unidade de negócios que chega ao mercado como parte do ecossistema de soluções da eSales, empresa que atende cerca de 3,6 mil clientes diretos e movimenta mais de R\$ 290 bilhões por meio de suas soluções de pagamentos. A expectativa é que a Sollara represente 50% da receita do grupo em três anos.

A nova solução atua nas frentes de produto e serviços. A primeira envolve a criação de agentes de IA, capazes de conectar diferentes sistemas da empresa em poucos dias.

Os agentes conseguem conversar com variadas fontes de informação, como planilhas, PDFs, bancos de dados e drives. Podem gerar gráficos, criar relatórios,

chamar APIs e movimentar processos em sistemas de gestão de relacionamento com clientes (CRM) e de gestão empresarial (ERP). A plataforma utiliza assistentes que permitem que pessoas de áreas não técnicas criem seus próprios agentes e automatizem processos facilmente, sem a necessidade de programar.

“O diferencial central é a capacidade de integrar e contextualizar diversas fontes de dados por meio de um agente e poder conversar com ele, de forma facilitada”, afirma Pablo Hadler, chief technology officer (CTO) da Sollara.

Além disso, a plataforma funciona como uma camada intermediária (middleware) que conecta ferramentas como ChatGPT, Salesforce, Google Cloud, AWS, entre outras, aos dados da empresa. Isso permite a interoperabilidade e o uso dos agentes da Sollara fora da plataforma.

Em testes há alguns meses, a tecnologia já colocou 74 agentes em operação para mais de 25 marcas, com mais de mil conversas. Os segmentos atendidos abrangem instituições financeiras, indústria de bens de consu-

mo, varejo e calçados, logística e transporte, setor público e operações internas e TI.

Além do mercado B2B, a Sollara pretende atuar no suporte a consumidores que desejam organizar suas vidas com agentes de IA.

As soluções criadas são divididas em seis famílias de agentes. Elas transformam perguntas em análises de dados com gráficos, realizam a triagem automatizada de suporte, gerenciam vendas via CRM, permitem a consulta inteligente a documentos com fontes, conectam processos operacionais de ponta a ponta e aceleram a produtividade de times de engenharia.

No âmbito dos serviços, a Sollara vai atuar com transformação da cultura organizacional de empresas em AI-first para a resolução de problemas. Isso inclui treinamento de times, especialmente de tecnologia, ensinando a desenvolver softwares utilizando IA de forma eficiente; e capacitação de diferentes áreas do negócio, mostrando como estruturar os processos para extrair o melhor da tecnologia.

A startup oferece ainda con-



ESALES/DIVULGAÇÃO/JC

Projeto prevê ações comerciais nos Estados Unidos e em Portugal

sultoria, ajudando as empresas a estruturar processos internos eficientes antes da aplicação da IA, de modo a obter o melhor resultado.

O nome da startup tem origem na ideia de trazer clareza. “A Sollara unifica dados, automatiza execuções complexas e acelera a produtividade por meio da resolução de problemas de integração de sistemas, algo que faz parte do DNA da eSales há 30 anos”, destaca Hadler.

A nova unidade da eSales reforça o modelo operacional da

empresa que prioriza a inovação tecnológica. “Trata-se de uma solução cross, que atuará de forma transversal e potencializará os produtos já consolidados da eSales ao longo dos próximos meses”, afirma Alexandre Santos, Head de Estratégia da eSales.

A eSales atualmente conecta mais de 2,8 mil transportadoras, 1,3 mil distribuidores e cerca de 1 milhão de varejos. Ao todo, realiza 280 mil interconexões empresariais e governamentais via EDI ao ano. Entre os clientes, Roche, Arezzo, Aché e Nestlé Purina.

Workshops aprofundam debates na Semana Caldeira

Líderes de algumas das empresas mais admiradas do mercado estarão no palco da Semana Caldeira na próxima semana, evento que já entrou para o calendário dos festivais de inovação e empreendedorismo do Brasil.

Nessa edição, que acontece de 21 a 25 de setembro, uma das atrações serão 15 oficinas e 10 workshops, criando espaços para aprendizado prático e aprofundamento de temas.

Com duração de duas a três horas, os workshops são momentos de aprofundamento e troca, que permitem explorar os temas com mais tempo e interação. Entre as atividades estão conteúdos sobre Inteligência Artificial, liderança, sucessão, cultura de aprendizagem, experiências de marca e reforma tributária.

O embaixador da Lovable, Mateus Fratzezi, vai conduzir o encontro “Lovable na Prática: aprenda a criar aplicações com IA”; Artur de Castro Frischenbruder, headhunter e managing partner da Evermonte, abordará a avaliação de performance exe-

cutiva e decisões de sucessão.

Também fazem parte da programação os workshops “Dá pra escalar uma experiência que vira cultura?”, com Luis Justo, conselheiro da Rock World, e “Reforma Tributária: Desafios e Riscos na Implementação”, com Gustavo do Carmo, líder de TAX na Mais Tax e Finance.

Os workshops têm inscrições específicas e são as únicas atividades da programação com co-

brança de ingresso.

A Semana Caldeira ocupará os dois prédios do Instituto Caldeira no bairro Navegantes. Serão cinco dias de programação gratuita e exclusivamente presencial, com mais de 300 atividades distribuídas em 10 palcos. A organização projeta a presença de mais de 10 mil participantes, 200 palestrantes nacionais e internacionais e delegações de pelo menos 12 países.



INSTITUTO CALDEIRA/DIVULGAÇÃO/JC

Evento reunirá grandes nomes nacionais e globais na próxima semana

Benner lança torre de controle de gestão

A Benner, fornecedora de software de gestão empresarial, lançou uma Torre de Controle Logística, solução que reúne informações de sistemas diferentes em um só painel e usa inteligência artificial para prever risco de atraso, apontar viagens críticas e priorizar as ocorrências que exigem resposta mais rápida.

A solução atua sobre a origem do atraso, que costuma estar em etapas anteriores ao transporte, como indisponibilidade de estoque, separação fora do tempo previsto, demora na emissão de documentos, carregamento fora da janela programada ou coleta não realizada. Esses eventos ficam registrados em sistemas distintos e chegam parcialmente a cada área envolvida na operação, o que retarda a identificação do desvio. A Torre de Controle consolida esses registros na mesma jornada de carga e sinaliza o risco durante a execução.

De acordo com o gerente de

Produto de Logística, Rafael Loth, a diferença está no intervalo entre o desvio e a decisão. “Quando a empresa percebe o problema, a margem de reação já encolheu e a equipe entra em regime de urgência para recuperar uma operação que saiu do controle muito antes. A proposta é encurtar essa distância para que ainda exista alternativa, como reprogramar a rota, trocar o veículo ou negociar uma nova janela com o cliente”, afirma.

A solução opera por critério de exceção, o que significa que um veículo parado dentro da janela prevista não gera alerta, enquanto a mesma parada é classificada como crítica quando compromete uma entrega prioritária, afeta uma sequência de destinos ou coloca em risco um compromisso contratual. A inteligência artificial cruza os eventos da operação com o planejamento para definir o grau de urgência, o que reduz o tempo gasto pela equipe na triagem de ocorrências.