



ELZAGORA

WHITEPAPER PARA INVESTIDORES / V0.3

Telas como inventário empresarial programável.

ERP/CRM, operação de campo e inteligência assistiva para organizar um mercado de telas ainda pulverizado.

UM PRODUTO DEEP TECH LABS

em parceria com Dev11 Labs

14 JUL 2026

Material informativo e não vinculante



RESUMO EXECUTIVO

Da oferta pulverizada ao mercado organizado

Milhares de telas instaladas em comércio, redes varejistas, veículos, painéis de LED e ambientes de atendimento possuem tempo disponível, contexto local e potencial comercial. Essa oferta permanece pulverizada e pouco aproveitada. Proprietários, anunciantes, agências, instaladores e operadores trabalham com planilhas, mensagens, players isolados e contratos difíceis de conciliar. Muitas telas sequer chegam a ser apresentadas ao mercado como inventário confiável.

Uma ferramenta empresarial adequada pode organizar essa capacidade. Uma rede distribuída de profissionais e empresas independentes pode acelerar o início da oferta: identificar telas, cadastrar responsáveis, instalar ou homologar equipamentos, apoiar a operação local e manter o atendimento próximo. A plataforma centraliza regras, contratos, financeiro e evidências; a rede de campo amplia presença sem exigir que toda atividade física seja internalizada.

A Elzagora é o ERP/CRM dessa operação. Seu escopo inicial é formado por telas e superfícies eletrônicas de exibição: televisores e monitores comerciais, painéis de LED, regiões de mídia dentro de aplicações utilitárias, canais de áudio associados e telas em veículos ou rotas. A plataforma organiza disponibilidade, campanhas, participantes, contratos, financeiro, suporte e prova de execução em um mesmo domínio empresarial.

Elza é a inteligência assistiva incorporada ao produto. Ela reduz a fricção de operações complexas, mas não substitui políticas, APIs nem confirmação humana. A PLOC, também da Deep Tech Labs, pode originar jornadas de espaços e ativos; registros eletrônicos elegíveis poderão seguir para o marketplace da Elzagora após validação de direitos, capacidade e disponibilidade.

O produto está em desenvolvimento avançado de laboratório. A release v0.68.0 possui 296 testes unitários, 74 migrações e gates em PostgreSQL e Chromium reais. Um piloto controlado está tecnicamente aprovado. Disponibilidade geral, segurança independente, infraestrutura produtiva, jurídico operacional, pagamentos, fornecedores, hardware e failover permanecem pendentes.

1. Um mercado de telas ainda fragmentado

A digitalização do OOH, do varejo e dos ambientes de atendimento aumentou a quantidade de telas, mas não criou automaticamente um mercado organizado. Uma tela pode estar tecnicamente ligada e comercialmente invisível. Pode não existir descrição confiável do formato, audiência contextual, disponibilidade, responsável, política editorial, preço ou comprovação de entrega.

Na outra ponta, anunciantes regionais e agências encontram dificuldade para montar campanhas distribuídas fora dos grandes circuitos. A negociação exige contatos individuais, adaptação de peças, instalação, aprovação local, suporte e conciliação. O custo de coordenar a campanha pode superar o valor da própria veiculação.



A hipótese da Elzagora é que software empresarial e presença de campo coordenada podem reduzir esse custo. A plataforma cria o registro comum. Profissionais independentes ajudam a formar e sustentar a oferta. O mercado começa de forma privada, com poucas telas conhecidas, e cresce somente quando disponibilidade e execução se tornam confiáveis.

2. Escopo inicial: telas e superfícies eletrônicas

A unidade principal da Elzagora é uma capacidade eletrônica de exibição. Ela pode representar uma tela inteira, uma região dentro de uma aplicação de fila ou preços, um painel de LED integral ou fracionado, um canal de áudio associado, uma tela embarcada em veículo ou um conjunto ligado a uma rota.

O produto coordena três camadas. A primeira descreve a tela: localização protegida, formato, orientação, resolução, conectividade, proprietário, operador, horários e restrições. A segunda organiza o uso comercial: oferta, disponibilidade, hold, reserva, campanha, peça, direitos, aprovação e preço. A terceira acompanha a operação: instalação, dispositivo, suporte, execução, exceção, faturamento e evidência.

Superfícies não eletrônicas, como outdoor estático, gôndola física ou mobiliário sem tela, podem ser modeladas futuramente pela arquitetura. Elas não integram o escopo inicial, não sustentam a tese econômica desta versão e não devem ser apresentadas como capacidade disponível.

3. Produto empresarial

A Elzagora combina componentes que normalmente aparecem separados. Organizações, contatos e oportunidades convivem com inventário de telas, campanhas e contratos. Faturas, extratos, comissões e garantias compartilham referências com ordens de instalação, equipamentos, suporte e evidências.

Essa combinação dá ao produto aparência e comportamento de ERP/CRM vertical. A interface prioriza coleções operacionais densas, filas por estado, pesquisa, detalhes auditáveis e trabalho desktop ou mobile. Dados comerciais e técnicos permanecem separados, mas ligados pelo mesmo registro autorizado.

O produto é padronizado e configurável. Integrações entram por conectores, templates e contratos reutilizáveis. A estratégia exclui branches privados e versões exclusivas por cliente.

4. Como formar a oferta

O primeiro desafio de um marketplace de telas é criar oferta suficiente sem perder qualidade. A Elzagora propõe uma implantação assistida por empresas de software, instaladores, integradores, fornecedores de LED, técnicos, agências locais e operadores regionais que já visitam o público-alvo.

Esses participantes podem identificar telas existentes, apresentar a oportunidade ao responsável, levantar dados técnicos, instalar ou homologar hardware e prestar suporte. A organização e cada



profissional permanecem identificados. Alçadas, tarefas, contratos, evidências e remuneração são registrados separadamente.

O modelo é distribuído, mas não informal. Não existe promessa automática de território, carteira, renda ou volume. Homologação, qualidade, segurança e responsabilidades contratuais condicionam a participação.

5. Elza: inteligência assistiva governada

Elza é a identidade da camada assistiva. Ela consulta apenas contexto autorizado, estrutura pedidos, prepara campanhas, explica conflitos e resume operações. Quando uma ação envolve custo, reserva, publicação, contrato ou mudança relevante, a preparação permanece separada da execução.

O fluxo pode ser lido como uma sequência simples: pedir, preparar, revisar, confirmar e comprovar. A plataforma valida disponibilidade, políticas, custos e autoridade. A pessoa ou automação autorizada confirma o efeito final. Assim, a interface pode ser conversacional sem transformar IA generativa em autoridade invisível.

6. PLOC e Elzagora

A PLOC organiza jornadas econômicas envolvendo campanhas, créditos, fornecedores e ativos. Na jornada de espaços comerciais, um estabelecimento pode registrar locais, responsáveis, posições e condições econômicas.

A integração proposta permite que uma tela ou superfície eletrônica registrada numa jornada elegível seja apresentada à Elzagora como candidata a inventário. O registro precisa demonstrar titularidade ou autorização, descrição técnica, janela de disponibilidade, política comercial e responsável operacional. Só depois dessas verificações pode se tornar oferta no marketplace.

PLOC e Elzagora preservam funções diferentes. A PLOC origina e estrutura a jornada econômica. A Elzagora administra a tela, a disponibilidade, a campanha, o trabalho de campo e a prova de execução. A integração produtiva ainda depende de implementação e homologação conjunta.

7. Da tela à evidência

Uma campanha começa com telas elegíveis e períodos disponíveis. A reserva precisa respeitar políticas locais, concorrência, exclusividade, formato e direitos de conteúdo. A peça aprovada é distribuída ao dispositivo ou operador correspondente. Telemetria e eventos registram execução, divergências e falhas.

Quando algo sai do esperado, a plataforma não reduz o problema a um alerta técnico. Ela associa o evento à organização, campanha, contrato, tarefa, prazo e pessoa responsável. O objetivo é produzir uma trilha compreensível para operação, cobrança e eventual contestação.

8. Modelo econômico potencial

Linha	Exemplos	Condição de validação
Receita recorrente	assinatura, suporte, conectores e recursos enterprise	retenção, custo de suporte e margem por conta
Receita por consumo	geração e adaptação de mídia, processamento e serviços profissionais	qualidade percebida e custo unitário
Receita transacional	marketplace, gestão de campanha, reservas e avaliação	densidade, ocupação e volume pago
Implantação	configuração, treinamento, instalação e homologação	repetibilidade e separação de serviço sob medida

GMV, valores de terceiros e receita própria devem permanecer separados. Margem, ocupação, aquisição, churn e payback ainda precisam ser demonstrados por pilotos pagos.

9. Vantagem acumulativa

A proteção competitiva potencial não está apenas no player ou na geração de conteúdo. Ela pode surgir da rede de telas qualificadas, dos contratos e autoridades configuradas, das empresas de campo homologadas, dos conectores reutilizáveis e do histórico de disponibilidade, preço, execução e reputação.

Elza ganha contexto sobre objetos reais do domínio, não apenas sobre documentos soltos. Quanto maior a operação confiável, mais úteis se tornam os dados para planejamento, suporte e formação de oferta. Esse efeito ainda é hipótese. Ele só se transforma em vantagem defensável com uso repetido, retenção e confiança.

10. Estágio e evidências

Estado	O que existe	O que ainda falta
Laboratório	plataforma v0.68.0, 296 testes, 74 migrações e gates reais	revisão independente e ambiente produtivo
Produto	ERP/CRM desktop e mobile, fluxos comerciais, financeiros e de campo	uso humano prolongado e acessibilidade completa
Piloto	aprovação técnica para piloto controlado	contrapartes, operação real e primeiro ciclo pago
Mercado	tese, canais candidatos e modelo de oferta	aquisição repetível, ocupação, retenção e margem

A disponibilidade geral permanece reprovada. A decisão atual não equivale a homologação jurídica, fiscal, regulatória, de segurança ou de infraestrutura.



11. Estratégia de entrada

A primeira fase opera como rede privada gerenciada. Poucos parceiros cadastram telas conhecidas, executam campanhas ou aplicações delimitadas e medem custo, disponibilidade e evidência. A segunda fase amplia a operação regional por empresas de campo adicionais e catálogos mais estruturados. Somente depois de recorrência e confiabilidade o marketplace pode receber abertura maior e pacotes multirregionais.

Essa sequência evita tentar criar liquidez pública antes de existir oferta operacionalmente utilizável.

12. O que o capital acelera

Uma rodada financia a travessia entre laboratório e operação repetível. Os recursos devem priorizar segurança e infraestrutura produtivas, jurídico e privacidade, pilotos pagos, integração PLOC, provedores financeiros, hardware de demonstração, acessibilidade, suporte e desenvolvimento comercial.

Termos societários, preço, instrumentos e governança pertencem a conversas privadas e documentos jurídicos próprios. Este whitepaper não publica uma oferta nem promete retorno.

13. Riscos principais

Risco	Efeito possível	Mitigação proposta
Oferta insuficiente	campanhas pouco atraentes	rede privada, campo coordenado e expansão regional
Qualidade heterogênea	falhas de instalação e suporte	homologação, SLA, evidência e reputação
Mercado bilateral	baixa liquidez inicial	telas conhecidas e compradores âncora
Pagamentos e repasses	erro financeiro ou regulatório	provedores homologados, ledger e reconciliação
IA generativa	erro ou excesso de autoridade	ferramentas tipadas, escopo, confirmação e auditoria
Escopo amplo	dispersão do produto	telas eletrônicas como foco e gates por fase

14. Próximos marcos de diligência

Os próximos marcos são validar marca e titularidade dos ativos; selecionar telas, parceiros e compradores para pilotos; homologar infraestrutura e segurança; implementar o conector PLOC-Elzagora; executar o primeiro ciclo comercial pago e reconciliado; e medir repetição, ocupação, custo de suporte e expansão.



Conclusão

O mercado potencial da Elzagora já possui telas, anunciantes, técnicos e operadores. O que falta é uma camada empresarial capaz de transformar essa capacidade dispersa em oferta confiável.

A plataforma já ultrapassou a etapa puramente conceitual, mas ainda precisa provar produção, mercado e economia. A oportunidade de investimento está nessa travessia: organizar uma rede inicial de telas, dar ferramentas a profissionais independentes e transformar execução local em inventário repetível, governado e comprovável.

REFERÊNCIAS PÚBLICAS

1. World Out of Home Organization. Global Out of Home Expenditure Report 2026. <https://www.worldooh.org/news/woo-global-ooh-expenditure-report-2026>
2. World Out of Home Organization. Global programmatic DOOH advertising spend study. <https://www.worldooh.org/news/woo-global-pdooh-spend-study-2025>
3. Cenp. Painel Cenp-Meios 2025. <https://www.cenp.com.br/post/painel-cenp-meios-investimento-publicit%C3%A1rio-no-mercado-brasileiro-cresce-10-em-2025-e-atinge-r-28>
4. IAB Tech Lab. Digital Out of Home is Now Integrated Into OpenRTB. <https://iabtechlab.com/dooh-integrated-into-openrtb/>
5. PLOC. Infraestrutura programável para campanhas, créditos, fornecedores e ativos. <https://plocpay.com.br>



A TESE EM UMA FRASE

Organizar telas, coordenar campo e transformar execução local em inventário confiável.

Este documento é informativo, não vinculante e sujeito a revisão.
Não constitui oferta pública de valores mobiliários, promessa de retorno, recomendação de investimento ou parecer jurídico, contábil, fiscal ou regulatório.

DEEP TECH LABS × DEV11 LABS