

Radar diário de SaaS

20/07/2026

Hoje: o SaaS está migrando de “ferramenta” para **execução autônoma** — e, no varejo, a própria Meta transforma o WhatsApp em sistema operacional comercial.

Foco de campo

CRM, clienteling, reativação, loyalty e venda conversacional para comércio local.

Pesquisa web realizada em 20/07/2026 • fatos públicos, com lacunas explicitadas

Resumo executivo

- **A Meta entrou no produto, não apenas na infraestrutura.** O Business Agent já responde, recomenda catálogo, qualifica leads, agenda e fecha vendas; mais de 1 milhão de negócios já usam um agente da Meta. Um SaaS brasileiro não pode ser só “bot de WhatsApp”.
- **Preço por execução substitui preço por assento.** 1Password lançou controle diário de tokens; Zylo mede +8% no gasto SaaS mesmo com portfólios estáveis. Unit economics e teto de uso precisam nascer no MVP.
- **Clienteling prova valor, mas o ticket estrangeiro não cabe no comércio local brasileiro.** Endear parte de US\$350/mês e declara 2.000+ lojas; há espaço para uma versão estreita, assistida e mais barata — se reduzir trabalho da dona e da vendedora.
- **Segmentação manual começa a envelhecer.** MoEngage comprou Aampe para decidir “quem, quando, canal e mensagem” por cliente. A oportunidade copiável é a fila diária de ações, não um CRM cheio de telas.
- **Distribuição e execução valem mais que feature breadth.** AiSensy expõe preço baixo, pagamentos, catálogo e QR físico; SleekFlow precifica por contatos ativos. Ambos conectam aquisição, conversa e fechamento no mesmo fluxo.

1M+

negócios usando Meta Business Agent, segundo a Meta

US\$350

mensais por loja: entrada pública da Endear

+8%

gasto SaaS em 2025, com 305 apps em média (Zylo)

2.000+

lojas declaradas pela Endear na Shopify App Store

Leitura crítica: métricas declaradas por fornecedores são evidência de tração, não auditoria independente. Onde não há preço, receita ou termos públicos, o relatório diz explicitamente.

Radar global de SaaS

1 Bending Spoons (Itália) — o “hold forever” de SaaS foi validado em bolsa

IPO M&A assinaturas 01/07/2026

Fato. Fechou o primeiro pregão a US\$40,50, quase 40% acima do IPO de US\$29; valor de mercado de US\$25,7 bi e US\$1,68 bi captados. Q1: US\$601 mi de receita e US\$27,4 mi de lucro líquido. Assinaturas foram 84% da receita anual. O modelo compra marcas envelhecidas (Evernote, Vimeo, Meetup, Eventbrite), corta custos, aumenta preços e mantém os ativos.

Por que importa. SaaS maduro virou matéria-prima operacional: distribuição existente + disciplina de preço pode valer mais que inovação greenfield. Para Jay: estudar negócios pequenos “mal operados”, mas com base ativa e dados.

Contraponto. A valorização não prova satisfação do cliente; aumentos agressivos de preço e cortes podem deteriorar marca e retenção.

Fonte: TechCrunch + documento F-1 da SEC.

2 1Password (Canadá) — FinOps para tokens entra no pacote SaaS

lançamento pricing FinOps 14/07/2026

Fato. AI Spend and Consumption Management agrega Anthropic, Cursor e OpenAI, atualiza consumo diariamente via APIs administrativas, detalha por equipe/usuário/modelo e alerta por Slack/e-mail. Está em preview público; disponibilidade ampla no outono de 2026. Sem add-on separado para clientes SaaS Manager. A empresa declara 180 mil+ negócios e 1 milhão+ de desenvolvedores.

Por que importa. O custo variável da IA cria uma nova camada SaaS de governança. Produtos com agente precisam mostrar “custo por resultado” e conter loops caros desde o início.

Fontes: release oficial 1Password + VentureBeat.

3

Octolens (Europa) — social listening passa a alimentar agentes

Product Hunt

MCP/API

PLG

06/07/2026

Fato. Relançou como camada de dados para B2B SaaS/devtools, varrendo Reddit, Hacker News, GitHub e podcasts, com classificação de intenção e servidor MCP. Ficou em #3 do dia no Product Hunt, com 434 votos exibidos e 698 seguidores na página consultada.

Por que importa. O “usuário” da ferramenta de inteligência agora pode ser outro agente. Produtos defensáveis expõem dado limpo e ação via API, não apenas dashboards.

Contraponto. Product Hunt mede atenção inicial, não receita ou retenção; preço e receita não foram confirmados publicamente nesta pesquisa.

Fonte: Product Hunt.

4 MoEngage + Aampe (EUA/Índia) — de segmentos para decisões 1:1

aquisição martech agentic 24/06/2026

Fato. MoEngage adquiriu a Aampe para incorporar um agente de decisão por consumidor, escolhendo momento, canal e mensagem, em vez de depender apenas de campanhas por coorte. A companhia declara 1.350+ marcas consumidoras globais; valor do negócio não foi divulgado.

Por que importa. A tela de “criar segmento” perde valor quando o software aprende e decide. O wedge copiável para varejo local é uma fila explicável: “fale hoje com estas 12 clientes — por estes motivos”.

Fontes: anúncio oficial MoEngage + PR Newswire; data corroborada por cobertura pública.

5 Meta Business Agent (EUA/global) — a plataforma sobe na stack

lançamento global WhatsApp SMB 03/06/2026

Fato. A Meta expandiu globalmente o agente que responde 24/7, recomenda produtos do catálogo, agenda, qualifica leads, fecha vendas e transfere a humanos. Diz haver mais de 1 milhão de negócios usando o agente e 1 bilhão+ de threads diárias com empresas nas suas mensagens. Começa grátis; entrará em assinaturas pagas. Grandes empresas pagarão também por tokens.

Por que importa. Qualquer SaaS de WhatsApp que só “responde FAQs” será comprimido. A defesa deve estar em dados do lojista, workflow de reativação, integração com estoque/POS e atribuição financeira.

Fontes: WhatsApp for Business (oficial) + TechCrunch.

6 Figma + Bud (EUA) — consolidação design → protótipo → execução

acqui-hire vibe coding 07/07/2026

Fato. Figma adquiriu a equipe da Bud (antes Orchids), plataforma YC de vibe coding/agentes. Bud e Orchids encerraram em 18/07; termos não divulgados. O movimento soma Figma Make, integrações com Codex/Claude Code e agentes próprios.

Por que importa. Suites adjacentes absorvem ferramentas pontuais. Para sobreviver, SaaS novo precisa possuir workflow, dado ou distribuição — não apenas uma geração de interface.

Risco observado. A TechCrunch cita reportagem da BBC sobre vulnerabilidades em apps gerados pela Orchids: velocidade sem segurança vira passivo.

Fonte: TechCrunch; referência secundária à BBC.

7 Zylo (EUA) — inflação SaaS muda o comprador de “mais apps” para “mais controle”

benchmark

monetização

retenção

2026

Fato. O índice 2026 da Zylo aponta média de 305 apps por organização em 2025, gasto quase 8% maior e 79% dos líderes de TI encontrando aumento no renewal; 61% teriam cortado projetos por altas não planejadas.

Por que importa. Crescimento vem de expansão na base, mas opacidade e consumo surpresa geram churn. Para SMB, preço simples e teto de gasto podem ser uma vantagem comercial real.

Leitura crítica. É estudo de fornecedor de SaaS management; amostra e metodologia devem ser consultadas antes de generalizar ao pequeno varejo.

Fonte: Zylo, 2026 SaaS Pricing Trends / SaaS Management Index.

Radar da entrevista

Tese viva: loja local usa WhatsApp e base de clientes para venda ativa, reativação, catálogo, loyalty, pagamento e entrega — sem aumentar o trabalho das donas. Entrevista atual: decoração, ticket médio R\$100, ~60% dos contatos capturados, mix muda rápido e tempo é o gargalo.

Endear — Estados Unidos • endearhq.com

clienteling

CRM de varejo

fila de oportunidades

O que faz. Une histórico de compras, perfil, mensagens, lookbooks e tarefas para vendedores abordarem o cliente certo. O “Opportunity Engine” prioriza quem contatar e por quê.

Cliente e preço. Marcas omnichannel com várias lojas; a comunicação da página fala da 5ª à 155ª unidade. Parte de **US\$350/mês por loja**, usuários ilimitados; teste de 14 dias.

Evidência. Shopify App Store: 2.000+ lojas, US\$1 bi+ em vendas atribuídas (declaração do fornecedor) e nota 4,7/5 em 16 reviews na consulta. A própria Endear declara retorno médio de 64x — não auditado.

Valida/refuta. Valida clienteling orientado à ação e integração automática com POS/e-commerce. Refuta a ideia de que um CRM “completo” nesse ticket sirva ao pequeno comércio brasileiro.

Jay: copiar fila diária, perfil único e atribuição por vendedor. **Adaptar** para 1 loja e WhatsApp-first.

Evitar depender de atualização manual. **Perguntar** quantas abordagens a vendedora consegue fazer e registrar num sábado fraco.

SleekFlow — Hong Kong/Singapura • sleekflow.io

comércio conversacional

AI agent

pagamento

O que faz. Centraliza WhatsApp e outros canais, broadcast, automações, catálogo, Shopify e link Stripe; agente pode responder, classificar lead e agir em integrações.

Cliente e preço. Times pequenos a enterprise. Free; Pro AI **US\$99/mês** (3 usuários; a partir de 500 contatos ativos), Premium AI US\$299 (10 usuários; 1.000 ativos). Hospedagem WhatsApp: US\$15/mês por número em planos pagos; mensagens cobradas à parte.

Evidência. Portfólio do Alibaba Entrepreneurs Fund informa 2.000+ empresas em 70 países e capital total de US\$23,5 mi após rodada em 2025. Site mostra logos como Kimberly-Clark, Grand Hyatt e L'Occitane.

Valida/refuta. Valida inbox compartilhado + automação + fechamento. O modelo por *contato ativo* reduz medo de pagar por base “morta”, mas pode punir uma campanha bem-sucedida.

Jay: copiar contato ativo como métrica de valor; **adaptar** cobrança em reais com Meta pass-through; **evitar** add-ons que tornam custo imprevisível; **perguntar** qual teto mensal a loja tolera numa campanha.

AiSensy — Índia • aisensy.com

WhatsApp-first

catálogo

pagamento

QR físico

O que faz. Broadcast, CRM leve, inbox multiagente, catálogo/carrinho, pagamento, formulários, anúncios Click-to-WhatsApp, chatbot e agente de IA sem código. Vende também kit físico com QR para loja.

Cliente e preço. PMEs e marcas D2C. Índia: Basic ₹1.500/mês, Pro ₹3.200, Premium ₹9.100; agente de IA + ₹3.500/mês por 7.000 mensagens de IA. Taxas Meta separadas. Preço internacional existe em página própria.

Evidência. Página “About” declara 210 mil+ negócios; release de janeiro de 2026 cita 50 mil clientes empresariais ativos em 180+ países. É Meta Business Solution Partner.

Valida/refuta. Valida que distribuição física (QR no balcão) ajuda o cadastro e que comércio conversacional é bundle, não só atendimento. Refuta uma tese excessivamente dependente de “cashback” como feature central: aquisição e fechamento aparecem antes.

Jay: copiar QR no caixa + consentimento + primeira oferta; **adaptar** Pix/link e catálogo efêmero; **evitar** competir em checklist; **perguntar** em quantas vendas o número é capturado e por que a vendedora pula o cadastro.

TADA — Indonésia • usetada.com

loyalty

QR/recibo

WhatsApp

O que faz. Loyalty e rewards com pontos, vouchers, tiers, referral, campanhas, QR/código, OCR de recibo, prevenção a fraude e interfaces white-label/WhatsApp.

Cliente e preço. Empresas que fidelizam consumidores, distribuidores, varejistas e promotores. SaaS, nuvem privada ou on-premise; **preço não público**, venda por demo.

Evidência. Declara 400+ empresas e operação de programas em Indonésia, Malásia, Vietnã, Hong Kong e outros mercados; apresenta depoimentos identificados de Unilever e clientes regionais. Tracxn lista US\$7,3 mi captados, mas o valor é secundário e não confirmado em release nesta execução.

Valida/refuta. Valida a hipótese de loyalty, mas mostra complexidade de fraude, fulfillment e múltiplos stakeholders. Para ticket de R\$100, cashback pode corroer margem sem provar incremento.

Jay: copiar QR/recibo sem integração inicial; **adaptar** crédito na própria loja, com validade; **evitar** marketplace de prêmios cedo; **perguntar** margem bruta e taxa de recompra antes de discutir percentual de cashback.

Meta Business Agent — Estados Unidos/global • WhatsApp oficial

Cliente/preço/evidência. Negócios de todo porte; início grátis, futura inclusão em assinaturas pagas; preço exato ainda não público. Meta declara 1 milhão+ de empresas usando o agente.

Valida/refuta. Valida atendimento fora do horário e recomendação por catálogo. Refuta “bot genérico” como diferencial sustentável.

Jay: posicionar acima da Meta: decidir quem reativar, obter opt-in e cadastro no balcão, medir venda incremental, sincronizar estoque e dar à dona um briefing acionável.

Oportunidades para testar

HIPÓTESE 1 • EXECUÇÃO, NÃO CRM

“12 clientes para chamar hoje”

Importar CSV/planilha do sistema atual, ranquear clientes por recência, categoria e ticket, e entregar à vendedora uma fila diária com texto e produto sugerido.

Teste de 7 dias: 10 abordagens/dia, sem dashboard novo. Medir contatos válidos, respostas, visitas/vendas e minutos gastos.

Sinal mínimo: $\geq 20\%$ de resposta e pelo menos 3 vendas atribuíveis na semana, sem exigir mais de 20 min/dia da dona.

HIPÓTESE 2 • CAPTURA NA LOJA

QR de “garantia/VIP”, não cadastro

QR no caixa abre WhatsApp com opt-in e coleta nome + aniversário em troca de acesso ao grupo/VIP ou benefício futuro. Evita pedir à vendedora que digite no sistema.

Teste: comparar 7 dias com processo atual. Medir % de vendas com contato utilizável, opt-out e tempo no caixa.

Sinal mínimo: elevar cobertura informada de $\sim 60\%$ para $\geq 80\%$, com consentimento registrável.

HIPÓTESE 3 • CATÁLOGO EFÊMERO

Vitrine semanal compartilhável

Em vez de cadastrar 80% do mix que muda, a vendedora fotografa 10 novidades; IA gera cards e uma página/álbum com link, preço e CTA de reserva no WhatsApp.

Teste: 1 coleção, 1 grupo VIP, links únicos por campanha. Medir tempo de montagem, cliques, reservas e giro.

Sinal mínimo: publicar em < 30 min e obter venda incremental suficiente para cobrir $3\times$ a mensalidade proposta.

Não confundir teste com validação.

Uma entrevista “verde” prova abertura, não disposição real a pagar. Exigir comportamento: uso repetido, dado entregue, tempo investido ou pagamento/piloto.

Perguntas para a próxima entrevista

- 01** Na última semana, em quantas vendas vocês conseguiram registrar telefone e nome? Mostra como aconteceu nas duas últimas — e nas duas em que não aconteceu?
- 02** Conta a última venda que veio do grupo VIP ou de uma mensagem ativa. Quem escolheu a cliente, quanto tempo gastou, o que enviou e qual foi o valor vendido?
- 03** Quando uma cliente some, como vocês percebem hoje? Puxa um caso recente: há quanto tempo ela não comprava e o que vocês fizeram?
- 04** Na última campanha ou live, quais números vocês anotaram? Quantas pessoas receberam, responderam, visitaram e compraram? Quanto sobrou de margem?

05 Mostra como uma novidade vira foto, preço e mensagem no WhatsApp. Quantos minutos e quantas pessoas participam, do recebimento até a primeira divulgação?

Riscos e contrapontos

1. A Meta comoditiza o atendimento

FAQ, recomendação de catálogo, qualificação e handoff já são funções nativas. Sem dados próprios, integração operacional e atribuição, o produto vira margem de revenda vulnerável.

2. O gargalo pode ser hábito, não software

A loja já tem Zaal e WhatsApp Business, mas não usa catálogo e vendedores não cadastram. Adicionar outra tela pode piorar o problema. O produto precisa eliminar etapas ou operar como serviço assistido.

3. Unit economics podem não fechar com ticket de R\$100

Mensagens de marketing têm custo, IA consome tokens, cashback reduz margem e há suporte/onboarding. Poucas vendas incrementais ou atribuição fraca tornam a mensalidade difícil de defender.

4. Consentimento, spam e reputação

Base “capturada” não é automaticamente base autorizada. Opt-in, templates, frequência e LGPD precisam estar no produto. Campanha mal segmentada gera bloqueio e destrói o canal mais valioso da loja.

5. Catálogo volátil e estoque inconsistente

Com 80% do mix mudando em dois meses, sincronização manual envelhece rápido. Recomendar item indisponível reduz confiança; integrar com sistemas locais fragmentados pode consumir toda a margem de implantação.

6. Interesse em cashback não prova eficácia

Cliente pode apenas deslocar compra que ocorreria de qualquer forma. Antes de construir carteira/rewards, medir recompra basal, margem, breakage, fraude e venda incremental.

Decisão recomendada hoje: não construir uma suíte. Rodar um concierge de reativação por 7 dias com fila diária + atribuição manual simples. Em paralelo, testar captura via QR no caixa. Só depois decidir entre CRM, catálogo e loyalty.

Fontes

1. **Bending Spoons defies SaaS slump, surges 40% on first day of trading** — TechCrunch, 01/07/2026. techcrunch.com/.../bending-spoons...
2. **F-1 — Bending Spoons** — SEC. sec.gov/Archives/.../tm2613674-7_f1.htm
3. **1Password Introduces AI Spend and Consumption Management** — 1Password, 14/07/2026. 1password.com/press/2026/july/...
4. **1Password moves into AI cost management** — VentureBeat. venturebeat.com/security/...
5. **Octolens: Social listening for the agent era** — Product Hunt, lançamento 06/07/2026. producthunt.com/products/octolens-ai
6. **MoEngage Acquires Aampe** — MoEngage. moengage.com/blog/moengage-acquires-aampe
7. **MoEngage Acquires Aampe to Bring 1:1 Agentic Decisioning** — PR Newswire. prnewswire.com/.../302808001.html
8. **Conversations 2026: Introducing Meta Business Agent on WhatsApp** — WhatsApp for Business, 03/06/2026. whatsappbusiness.com/blog/introducing-meta-business-agent-ai
9. **Meta's AI agent for WhatsApp Business is now available globally** — TechCrunch. techcrunch.com/2026/06/03/...
10. **Figma acquires team behind a vibe-coding app** — TechCrunch, 07/07/2026. techcrunch.com/2026/07/07/...
11. **2026 SaaS Pricing Trends Driving Up Enterprise Costs** — Zylo. zylo.com/blog/saas-pricing-trends
12. **Retail CRM & Clienteling Pricing** — Endear. endearhq.com/pricing
13. **Endear AI-Powered Clienteling** — Shopify App Store. apps.shopify.com/endeard
14. **Pricing & Plans** — SleekFlow. sleekflow.io/en-us/pricing
15. **SleekFlow — portfolio company** — Alibaba Entrepreneurs Fund. ent-fund.org/en/portfolio/hk/details/94
16. **WhatsApp Business API Pricing in India (2026)** — AiSensy. aisensy.com/pricing
17. **About AiSensy** — AiSensy. aisensy.com/about-us
18. **Tada: AI Driven Loyalty and Rewards Platform** — TADA. usetada.com/en
19. **WhatsApp Business Platform Pricing** — Meta. whatsappbusiness.com/products/platform-pricing

Notas metodológicas. Pesquisa feita na web em 20/07/2026. Priorizadas páginas oficiais e, quando possível, confirmação editorial. “Declara” indica métrica fornecida pela própria empresa. Funding secundário não confirmado foi sinalizado. Não foi identificada, nas fontes consultadas, informação pública suficiente para afirmar receita ou presença brasileira das empresas do Radar da entrevista.