

RADAR DE NEGÓCIOS + SAAS + IA

14 de agosto de 2026 • BRT • leitura estimada: 13-15 min • edição crítica para Jayme Koiffman

VISÃO RÁPIDA

- A melhor lição de hoje não é “usar WhatsApp”: é começar com um canal, uma plataforma e um resultado mensurável. Postscript chegou ao YC com só 5 clientes e US\$ 400/mês; manteve SMS + Shopify como cunha por anos.
- GrowthHero mostra um caminho mais compatível com operação solo: pesquisar reclamações antes de programar, cobrar desde os primeiros 10 clientes e elevar preço para filtrar suporte ruim. Cresceu bootstrapped e foi vendido em dois anos; preço de venda e receita não foram publicados.
- Para a Casa com coisas, “programa de arquitetos” merece teste antes de cashback: indicação já existe no comportamento passado. Um código simples pode provar vendas e margem sem estoque, marketplace ou integração.
- Há duas urgências reais: Super Bots começa em 4 dias e o D2C Summit mantém Standard a R\$ 274,50 (50% off). Hermes lançou v0.20.1 ontem; é patch amplo, não sinal verde automático para atualizar a VPS principal.

CASOS QUE DERAM CERTO LÁ FORA

1) Postscript — foco estreito, ROI visível e disciplina de plataforma (EUA, 2018)

Origem e problema. Adam Turner, Colin Turner e Alex Beller viram, na StackCommerce, queda de clique em e-mail ao mesmo tempo em que o uso móvel crescia. Em vez de “CRM omnichannel”, escolheram um recorte: marketing por SMS para lojas Shopify. O app foi lançado em setembro de 2018; a equipe entrou no YC W19.

MVP, primeiros clientes e venda inicial. O produto inicial já era o núcleo atual — automações de SMS ligadas a dados de pedido/conversão da Shopify. Uma publicação recente do fundador mostra que a candidatura ao YC foi feita com 5 clientes e US\$ 400/mês. Em entrevista, Beller diz que demos ao vivo, conversa frequente com clientes e melhoria imediata do produto geraram aprendizado e boca a boca. Não foi localizado um relato confiável identificando nominalmente o primeiro cliente; portanto, não presumimos.

Modelo e preço. Hoje a Shopify App Store mostra Starter com gasto mínimo de US\$ 49/mês (US\$ 0,009/SMS; US\$ 0,045/MMS + carrier fees), Growth US\$ 100/mês e Professional US\$ 500/mês, com preços unitários menores. É mensalidade mínima + uso — alinha receita à atividade, mas pode surpreender microlojas; avaliações recentes reclamam exatamente de cobrança mínima e suporte a automações.

Capital e tração. TechCrunch registrou US\$ 4,5 mi em 2019, US\$ 35 mi em Series B e US\$ 65 mi em Series C; total superior a US\$ 100 mi. Em 2022 eram 8,5 mil+ marcas, 230 empregados e receita mais que dobrada versus 2021. Em 2023, Beller citou cerca de 12 mil marcas. Métricas de 25x ROI são declaração da empresa, sem auditoria/control group publicado; rodada não é valuation.

Vantagem real. Integração profunda com um único sistema dá evento de compra, segmentação e atribuição; compliance de SMS reduz risco operacional; foco melhora onboarding. O marketing exagera ROI agregado e “receita atribuída”: mensagens capturam demanda que talvez comprasse de qualquer modo. O teste correto precisa de holdout.

Por que funcionou. Canal emergente + plataforma com distribuição e billing + dor monetizável + resultado observável. Os fundadores disseram “não” a marcas fora da Shopify. Só depois vieram IA, atendimento e expansão; o site anuncia e-mail para setembro, oito anos após a cunha inicial.

Brasil: copiar / não copiar. Copiar: um canal, um gatilho de alto sinal, consentimento, holdout e venda/margem atribuída. Não copiar: blast genérico, cobrança por contato sem ganho, suíte omnichannel ou dependência total da Meta. WhatsApp é mais natural que SMS no Brasil, mas templates, opt-in e tarifa tornam a unidade econômica indispensável.

Teste manual antes de código. Em 3 lojas, selecionar 30 clientes com motivo concreto de contato (reposição, item semelhante, data de recompra): 15 recebem mensagem personalizada e 15 ficam em controle. Medir em 7 dias: compra, margem, opt-out e minutos humanos. Avançar somente se margem incremental estimada for $\geq 3\times$ o custo do piloto e operação ≤ 30 min/loja/semana.

CASOS QUE DERM CERTO LÁ FORA — CONTINUAÇÃO

2) GrowthHero — pesquisa antes do código e preço como filtro (Shopify, 2019)

Origem e nicho. O desenvolvedor Mike Janeczek queria um negócio próprio e conhecia APIs e clientes Shopify. Em vez de começar pela ideia, analisou categorias, volume de reviews, concorrentes e avaliações de 1 estrela; encontrou espaço em software de afiliados, influenciadores e indicação para lojas Shopify. O país de constituição original não ficou claro nas fontes consultadas; não atribuímos um.

MVP e primeiros clientes. A meta explícita era lançar rápido e conseguir “os primeiros 10 clientes pagando 20 dólares”, antes de refatorar código sem usuário. A fonte não publica tela ou escopo exato do MVP nem nomes dos primeiros clientes. A distribuição veio do ecossistema Shopify; suporte bem feito gerava reviews — Janeczek estimava que cerca de 90% das avaliações surgiam após uma interação de suporte. Cada pedido, uninstall e motivo era tagueado no Trello; quando uma função saía, ele recontatava quem havia saído por sua falta.

Receita, capital e tração. Bootstrapped. O plano inicial começava em US\$ 39,99/mês e depois ele acrescentou US\$ 10 a cada faixa para reduzir leads de baixa qualidade e tickets, mantendo receita por instalação. A SureSwift adquiriu a empresa em agosto de 2021, dois anos após o lançamento. Termos, MRR e valuation não foram divulgados — chamar a saída de “grande” seria invenção. Hoje o produto declara milhares de programas e 100+ reviews, já sob outra operação.

Vantagem real versus marketing. Não foi tecnologia defensável: foi seleção de categoria com demanda, integração/billing da Shopify, ciclo review → roadmap → reativação e disciplina de suporte. O risco de plataforma é alto, e o fundador confirmou que lojas pequenas pediam muita customização e churnavam cedo.

Por que funcionou. Mercado já educado a pagar apps mensais; proposta ligada a aquisição por performance; fundador técnico; custo baixo; cobrança precoce. A primeira contratação só veio quando suporte básico e styling consumiam o tempo de desenvolvimento — dois estudantes de TI remotos, com escalonamento dos tickets críticos.

Brasil: copiar / não copiar. Copiar o método: minerar reclamações, vender resultado estreito e elevar preço quando suporte destrói a margem. Não copiar um “marketplace de influenciadores”: dois lados, fraude, disputas de comissão e suporte fariam a operação deixar de ser solo. Também não construir integração com Shopify + Nuvemshop + WooCommerce de saída.

Teste manual antes de código. Escolher uma categoria da Nuvemshop/Shopify Brasil; codificar 150 reviews de 1-3 estrelas por dor, frequência, ticket e workaround. Entrevistar 10 lojistas que reclamaram da mesma falha e tentar 3 pré-vendas. Critério: 3 pagamentos ou cartas de intenção com data e preço — não “interesse”.

O QUE É COPIÁVEL NO BRASIL

- Cunha: “próxima ação que gera venda” é melhor que “CRM + catálogo + cashback + IA”. Uma única lista diária ou programa de indicação pode provar valor.
- Distribuição: aproveitar comportamento existente (WhatsApp, arquitetos, Shopify/Nuvemshop), não ensinar um novo hábito nem operar marketplace.
- Economia: preço deve filtrar suporte e ser comparado à margem incremental; receita atribuída sem controle não basta.
- Moat possível: histórico de intenção, origem, venda e motivo de perda. IA e automação são execução; dado comportamental confiável é o ativo.

OPORTUNIDADES PARA MONTAR

A) Indicação Fechada — arquitetos e parceiros para lojas de decoração

Cliente e dor observável. Loja de decoração/presentes com vendas por indicação, mas sem saber qual parceiro trouxe receita ou qual comissão/benefício vale a pena. A Casa com coisas já recebe indicações de arquitetos: comportamento passado, não hipótese abstrata.

Oferta. “Atribua cada indicação via código/WhatsApp e liquide o benefício somente após a venda paga.” Por que agora: mídia paga foi testada sem retorno percebido; GrowthHero prova a disposição de pagar por aquisição atribuída, embora em e-commerce estrangeiro.

MVP concierge solo. Google Sheet/Airtable + 10 códigos curtos + formulário simples + WhatsApp Business. Jay registra origem, valor, margem, status e benefício; envia extrato semanal. Sem app, API, carteira ou marketplace.

Primeiros 10 clientes. Começar pela Casa com coisas e 2 lojas vizinhas; pedir 2 indicações por lojista; abordar 20 lojas com relação ativa com arquitetos/decoradores. Vender piloto de 14 dias com implantação em 30 min.

Preço e margem. R\$ 190–290 pelo piloto; após prova, R\$ 249–399/mês por loja, pagamento dos parceiros fora do sistema. Margem de software pode superar 80%; no concierge inicial, só aceitar se operação ficar ≤ 30 min/loja/semana. Integrações: nenhuma; CSV/planilha e WhatsApp.

Risco / suporte / motivo para NÃO fazer. Fraude de código, disputa de autoria e vendas raras atrasam aprendizado. Suporte provável médio enquanto regras não forem padronizadas. Não fazer se cada loja exigir regra, payout e contrato diferentes — vira agência/financeiro.

Teste de 14 dias. 3 lojas, 10 parceiros/loja, um código por parceiro. Sucesso: ≥ 5 vendas atribuídas no total, margem incremental $\geq 3 \times$ preço do piloto, $\geq 70\%$ dos registros sem correção manual e ≤ 30 min/loja/semana. Falhou se houver menos de 3 parceiros ativos por loja.

Baixo capital	Solo	Automação	Recorrência	Suporte baixo
9/10	8/10	8/10	8/10	6/10

OPORTUNIDADES PARA MONTAR — CONTINUAÇÃO

B) Review Miner — inteligência de produto para makers de apps

Cliente e dor observável. Desenvolvedor solo ou microagência que quer criar/expandir app Shopify/Nuvemshop e decide roadmap por opinião, não por evidência. Reclamações e uninstall reasons estão dispersos.

Oferta. “Toda semana, receba as dores recorrentes, clientes afetados e oportunidades pré-ordenadas por frequência $\times$ disposição a pagar $\times$ custo de suporte.” Evidência: GrowthHero nasceu da mineração de categorias/reviews e usou tags de feedback para roadmap e reativação.

MVP concierge solo. Coletar apenas páginas públicas de 5 concorrentes; classificar 150 reviews em planilha com LLM + revisão humana; entregar relatório de 2 páginas e 10 prospects públicos/contextuais. Não oferecer scraping contínuo nem integração no início.

Primeiros 10 clientes. LinkedIn e comunidades de Shopify/Nuvemshop: enviar 20 amostras personalizadas (“3 reclamações repetidas no seu nicho”) por semana; parceria com 2 software houses; primeira análise paga com garantia de reembolso se não revelar 3 problemas acionáveis.

Preço e margem. R\$ 149–249 pela análise inicial; R\$ 249–499/mês por categoria para monitoramento semanal. Margem alvo 75–90% após padronizar coleta. Ferramentas: navegador/exportação pública, Python, LLM e e-mail; zero acesso ao ambiente do cliente.

Risco / suporte / motivo para NÃO fazer. Makers podem preferir pesquisar sozinhos; limites/termos das lojas de apps podem restringir automação; “insight” sem contato de compra vira newsletter descartável. Suporte provável baixo, mas revisão analítica exige qualidade. Não fazer se ninguém pagar pelo relatório manual — automação não resolve ausência de demanda.

Teste de 7 dias. Produzir 2 amostras em categorias distintas, abordar 30 makers e pedir pagamento, não feedback. Sucesso: 3 vendas a $\geq R\$149$, ao menos 2 pedem nova edição e produção ≤ 90 min/relatório. Encerrar se houver menos de 2 pagamentos.

Baixo capital	Solo	Automação	Recorrência	Suporte baixo
9/10	9/10	9/10	8/10	9/10

RADAR DAS ENTREVISTAS

Valida: Postscript reforça que contexto transacional + canal existente + atribuição têm valor.

GrowthHero reforça que onboarding e suporte — não só funcionalidade — determinam reviews e retenção. A indicação por arquitetos da Casa com coisas é um canal já observado e, por isso, merece teste antes de inventar cashback.

Refuta / enfraquece: não há evidência de que uma suíte ampla seja necessária. O mix mudando 80% a cada dois meses torna catálogo completo caro; Postscript só conseguiu profundidade porque limitou

plataforma. O fato de vendedores não cadastrarem clientes sugere que qualquer CRM que exija preenchimento falhará.

- Pergunta 1: “Nas últimas 10 indicações de arquitetos, quantas viraram venda, qual foi o valor e como vocês souberam quem indicou?”
- Pergunta 2: “Mostre as últimas 5 conversas em que o cliente queria algo sem estoque: o que foi anotado, quem retomou e quanto dinheiro foi perdido ou recuperado?”

FEIRAS E EVENTOS — RIO/SP

CONSIDERAR — Super Bots Experience • 18-19/08/2026 • WTC Events Center, São Paulo • inscrição oficial ativa para 2 dias e separada para 19/08; preço não aparece na página oficial extraída. superbotsexperience.com.br

Por quê: começa em quatro dias; dia 18 tem Goomer/WhatsApp e dia 19 Cacau Show, TIM/WhatsApp, Sem Parar e comércio agêntico. Só ir se preço de um dia for aceitável e houver 4 reuniões. Objetivo: perguntar resolução, venda assistida, handoff e custo por conversa; buscar Goomer, Cacau Show, TIM e fornecedores de WhatsApp.

IR — D2C Summit • 30/09-01/10/2026 • Distrito Anhembi, São Paulo • venda aberta; Standard de R\$ 549 por R\$ 274,50 (50% off por tempo limitado), VIP R\$ 1.319, Backstage R\$ 5.999. d2csummit.com.br
Por quê: desconto e agenda material: workshop de agente no WhatsApp/Instagram, redução de mídia paga e comunidade como aquisição. Objetivo: 15 entrevistas com marcas online; validar conversas abandonadas, recompra e atribuição. Buscar lojistas Nuvemshop, não palestras genéricas.

CONSIDERAR / MONITORAR — Rio Marketplace Summit • 07/11/2026 • Hotel Mirador, Rua Toneleros 338, Copacabana/RJ • site oficial diz “inscrições em breve”; pré-preços Silver R\$ 127 e Gold R\$ 397, ambos ainda sem checkout. riomarketplacesummit.com.br

Por quê: é o evento aderente no Rio, mas não há inscrição aberta. Objetivo: entrar no aviso e, quando abrir, entrevistar sellers de Mercado Livre/Shopee/Amazon sobre vendas fora da plataforma e recompra. Não comprar Gold sem agenda/reuniões.

IA & HERMES

TESTAR — Hermes v0.20.1 (13/08). Release oficial v2026.8.13 consolida ~656 PRs, 1.444 commits e 481 issues fechadas desde v0.20.0, cobrindo desktop, gateway, instaladores, ferramentas e providers. As notas curadas só virão na v0.21.0. A VPS está em v0.19.0 com um commit local. Decisão: não atualizar o principal; rodar 3 briefings em perfil/instalação isolada e comparar PDF, links, falhas de tool e tempo. Só migrar se 3/3 passarem e o commit local estiver preservado.

ESPERAR — GPT-5.6 Sol Ultrafast (13/08). OpenAI anuncia até 14x Standard e até 750 tokens/s via Cerebras, inclusive para commerce/support, mas acesso é preview restrito e não há preço público na página. Jay já usa Sol; qualidade não muda, apenas latência. Para este cron assíncrono, velocidade não vale pagar prêmio desconhecido. Reavaliar quando houver acesso e custo; “usar agora” só faria sentido em voz/chat síncrono.

IGNORAR — notícias sem efeito operacional. A nomeação de CRO da OpenAI e resultados de busca antigos de Google/Anthropic/Kimi/Qwen/DeepSeek/xAI não alteram modelo, preço ou integração hoje. Sem benchmark próprio contra Sol, não trocar. Nenhuma configuração foi alterada.

3 AÇÕES PARA O JAY

- 1. Hoje: pedir à Casa com coisas os últimos 10 casos de indicação de arquitetos e preencher uma planilha com parceiro, venda, margem e prova de origem. Se não houver histórico recuperável, o primeiro produto é captura simples — não cashback.**
- 2. Até 17/08: decidir Super Bots por critério objetivo: ingresso de 1 dia + 4 reuniões confirmadas. Sem isso, não ir. Em paralelo, garantir o Standard do D2C Summit a R\$ 274,50 enquanto o desconto oficial estiver ativo.**
- 3. Em 7 dias: executar um piloto pago, não desenvolver: Indicação Fechada em 3 lojas ou Review Miner com 30 makers. A decisão de construir exige pagamento + limite de tempo operacional atingido.**

FONTES

- Postscript — Shopify App Store: preço, lançamento e reviews — <https://apps.shopify.com/postscript-sms-marketing>
- Practical Ecommerce — entrevista com Alex Beller — <https://www.practicalecommerce.com/postscript-sms-aims-for-best-in-class>
- TechCrunch — Series C e tração da Postscript — <https://techcrunch.com/2022/06/15/postscript-65m-shopify-merchants-personalized-texts>
- YC — perfil da Postscript — <https://www.ycombinator.com/companies/postscript>
- GrowthHero — entrevista com Mike Janeczek / SureSwift — <https://www.sureswiftcapital.com/blog/interview-with-growthhero-founder-mike-janeczek>
- SureSwift — aquisição da GrowthHero — <https://www.sureswiftcapital.com/blog/growthhero-acquisition>
- D2C Summit — site, agenda e preços oficiais — <https://d2csummit.com.br>
- Super Bots Experience — agenda e inscrição oficiais — <https://superbotsexperience.com.br>
- Rio Marketplace Summit — data, local e pré-preços — <https://riomarketplacesummit.com.br>
- Hermes Agent v0.20.1 — release oficial — <https://github.com/NousResearch/hermes-agent/releases/tag/v2026.8.13>
- OpenAI — GPT-5.6 Sol Ultrafast — <https://openai.com/index/previewing-ultrafast>