

VISÃO RÁPIDA

1. Gymdesk prova a tese “vertical estreito + paciência”, não “vertical sem suporte”. Eran Galperin construiu sozinho, à noite e nos fins de semana, levou quatro anos até US\$12 mil MRR e só então acelerou. O primeiro cliente veio da comunidade de jiu-jítsu, não de mídia.
2. O produto bom foi consequência de observar uso por anos. A versão inicial levou 3–4 meses, mas só a reformulação de 2020 elevou trial→pago de 20% para 30%; em 2021 chegou a 35%. A vantagem real era fluxo específico e UX, não ausência de concorrentes.
3. Teste adjacente mais interessante: vender “Resgate de aluno em risco” para academias boutique, pilates e artes marciais usando exportação de presença e WhatsApp — sem construir gestão, cobrança, agenda ou integração. É recorrente, mas o risco de operação/manualidade é alto.
4. Agenda: D2C Summit continua o melhor uso de tempo, agora a R\$549. Rio Marketplace ainda não tem checkout verificável. Feira do Empreendedor é gratuita, mas credenciamento segue pouco claro. Em IA, não surgiu novidade prática melhor que testar Hermes v0.20.5 isoladamente; Sol continua baseline.

CASOS QUE DERAM CERTO LÁ FORA

Gymdesk — quatro anos de aprendizagem antes de parecer “sucesso de SaaS”

País, fundador e ano. Eran Galperin, israelense então nos EUA, começou em 2015 e lançou no início de 2016 como Martial Arts on Rails; hoje é Gymdesk. Ele treinava jiu-jítsu brasileiro desde 2006 e conhecia o back office de academias como aluno, mas nunca havia administrado uma. Entrevistou donos antes de especificar o produto. Um amigo, Gumby, da Heroes Martial Arts em San Jose, disse: “se você construir, nós migraremos”. Concorrentes como Mindbody e Zen Planner validavam a categoria; a lacuna percebida era usabilidade. [1][2]

Problema original e primeiro nicho. Gestão de membros, presença, cobrança e rotina de escolas de artes marciais. O recorte inicial não foi “fitness inteiro”: a linguagem, o check-in em turma e o funcionamento de uma escola de luta davam especificidade que software horizontal não tinha. A tese do fundador era produto moderno, simples e preço transparente — uma resposta a ferramentas antigas e venda sob demo. [1][3]

MVP. Galperin construiu a primeira versão em cerca de três a quatro meses e lançou mesmo “não pronta para prime time”. A fonte não publica lista exata de recursos nem preço do MVP; portanto, não projetar a suíte atual sobre 2016. O dado importante é a sequência: conhecimento do nicho → conversas com donos → software estreito → uso real → anos de refinamento. Em 2019, o produto já havia acumulado tantos aprendizados que foi redesenhado tela a tela; essa versão saiu no começo de 2020. [1][2]

Primeiros clientes e venda inicial. O primeiro cliente nomeado foi Shawn, da Honu BJJ em San Diego, academia onde Eran treinou quando morou na cidade para reduzir custos; seguia cliente quase dez anos depois. Gumby tornou-se outro dos primeiros pagantes. É venda por confiança e comunidade, não canal escalável. Nos primeiros anos, toda conversa, suporte, bug e decisão passavam pelo fundador. A fonte não informa quantos e-mails, demos ou clientes houve no primeiro ano; melhor admitir a lacuna que inventar um playbook. [1]

Capital necessário. Após fechar uma startup financiada por VC, Eran tinha US\$15 mil em conta e queria bootstrap. Trabalhou três dias por semana como desenvolvedor de e-commerce, depois aceitou cargo com semana de quatro dias, preservando um dia e fins de semana para o produto. Só saiu do emprego em meados de 2019, quando Gymdesk atingiu US\$12 mil MRR. Não foi “SaaS sem capital”: foi capital próprio limitado + salário externo + enorme custo de tempo. [2]

Aquisição que finalmente escalou. De 2016 a 2019, o fundador admite não saber adquirir clientes. Em 2020 testou agências e canais que falharam; conteúdo/SEO tornou-se a principal fonte e a que melhor convertia. Comparadores de software com PPC, indicações e revendedores também funcionaram. Conteúdo de alta intenção passou a gerar mais de 100 leads qualificados/mês. Não é aquisição instantânea: o primeiro funcionário full-time, em 2021, veio da equipe contratada de conteúdo. [2]

Receita, equipe e saída. US\$12 mil MRR em 2019; US\$15 mil no 1º trimestre de 2020; crescimento de 60% no ano apesar da Covid; US\$45 mil MRR no fim de 2021, adicionando cerca de US\$4 mil/mês. Até então o fundador ainda era o único empregado; depois cresceu para 16 pessoas em 2024. Ele relata atingir US\$3 milhões ARR no fim de 2023 e vender/parceirar com Five Elms em 2024, restando participação. Podcasts chamam a transação de saída acima de US\$32,5 milhões, mas o fundador não publicou preço no relato primário; tratar esse número como alegação externa, não fato contratual. [1][2][4]

Modelo e preço atual. Todos os recursos, cobrança por membros ativos: até 50, US\$75/mês; 51–100, US\$100; 101–200, US\$150; 201–400, US\$200; enterprise sob consulta. Sem setup, contrato ou cartão no trial de 30 dias. Local adicional custa US\$50/mês; controle de porta e app de marca custam US\$100/mês cada. A empresa declara 4.500+ academias em 34 países — declaração atual, não auditoria. [3]

Vantagem real versus marketing. O defensável foi conhecimento operacional incorporado ao produto, UX e migração self-service. O trial→pago saiu de 20% em 2019 para 30% em 2020 e 35% em 2021, segundo o fundador: melhoria de produto mensurável. Mas a suíte atual inclui cobrança, site, marketing, check-in, hardware e app; WhatsApp, pagamentos próprios e grandes integrações estão em expansão. Isso exige customer success e engenharia. “Vertical” reduz ambiguidade de produto, não suporte.

Por que funcionou. Categoria já pagável, fundador dentro da comunidade, primeiros usuários tolerantes, preço compatível com valor recorrente, caixa disciplinado e quatro anos de iteração antes do PMF. Advogado do diabo: quatro anos até US\$12 mil MRR e burnout de cinco anos como operador solo não combinam automaticamente com a busca de Jay por suporte baixo. Copiar Gymdesk inteiro seria montar ERP vertical; copiar um indicador operacional antes de integrar é plausível.

O QUE É COPIÁVEL NO BRASIL

- Entrar por uma comunidade específica: três escolas de jiu-jítsu de donos conectados valem mais que “academias” em anúncios. O primeiro cliente precisa tolerar processo manual e mostrar dados reais.
- Categoria concorrida pode ser positiva: presença de Tecnofit, EVO e Pacto comprova orçamento. A pergunta é qual trabalho pequeno ainda acontece fora deles — planilha, exportação, WhatsApp ou memória do recepcionista.
- Trial não substitui ativação: o salto de conversão veio após anos de aprendizagem e redesign. Para Jay, “tempo até primeira lista útil” deve ser menor que 24h, sem migração completa.
- Não copiar a suíte: gestão de membros, Pix/cartão, NF, catraca, agenda, app, site e WhatsApp juntos criam implantação e suporte. O MVP deve aceitar CSV e devolver uma ação única.
- Preço por unidade de valor: Gymdesk cobra por membros ativos. Uma ferramenta de retenção pode cobrar por estabelecimento/faixa de ativos, evitando usuário ilimitado e protegendo margem.

OPORTUNIDADES PARA MONTAR

Adjacente — Resgate de aluno em risco para negócios de recorrência presencial

Cliente específico e dor observável. Escolas de artes marciais, pilates e academias boutique com 80–300 alunos, mensalidade recorrente e recepção pequena. Dor: aluno para de comparecer por 7–14 dias, ninguém nota; quando pede cancelamento, já decidiu. Evidência observável é a lista de ativos sem presença recente e o histórico de cancelamentos por “não estou usando”.

Oferta em uma frase. “Toda segunda-feira entregamos os alunos que sumiram antes de cancelarem, com contexto e uma mensagem humana; medimos retorno à aula e mensalidade preservada.”

Por que agora / evidência estrangeira. Gymdesk transformou operação de nicho em US\$3 mi ARR e preço mínimo de US\$75/mês; seu fundador diz que crescimento depende de aquisição + retenção, e o produto investe em automação/comunicação. A oportunidade não é outro Gymdesk: é operar sobre CSV de presença dos sistemas existentes. Receita recorrente está mais diretamente ligada à retenção que o varejo de ticket R\$100 da entrevista atual.

MVP manual para uma pessoa. Receber CSV semanal de alunos/presenças, excluir trancados/inadimplentes já tratados, marcar 7/14/21 dias sem visita e devolver até 20 nomes priorizados. Dono aprova; recepção envia mensagem individual no WhatsApp Business. Registrar resposta, aula marcada, comparecimento e mensalidade mantida. Sem acessar senha, cobrar, mandar mensagem em nome da academia ou integrar catraca.

Primeiros 10 clientes. 30 contatos a escolas de BJJ/judô/pilates no Rio e interior, começando por donos que publicam grade e WhatsApp. Oferta de auditoria: “exporte presença dos últimos 30 dias; eu mostro quantos ativos sumiram”. Fechar três pilotos pagos; cada academia indica duas da mesma modalidade. Buscar parceiros só depois de cinco renovações, não antes.

Preço e margem. R\$290 por 14 dias; hipótese de R\$249/mês até 100 ativos, R\$399 até 250 e R\$599 até 500. Margem SaaS potencial 85%+, mas no concierge só prosseguir se processamento + suporte ficar em ≤30 min/cliente/semana. Uma mensalidade preservada deve cobrir o produto; não cobrar percentual de “receita salva”, pois causalidade é fraca.

Ferramentas/integrações mínimas. Exportação CSV, Google Sheets ou script local, WhatsApp Business do cliente e formulário de desfecho. Nada de API, cobrança, catraca, agenda, CRM ou login no sistema. Automação futura: upload, regras configuráveis e fila aprovada; não bot autônomo.

Risco principal e suporte provável. Ausência pode ser férias, lesão ou dado atrasado; mensagem errada parece vigilância. Exportações variam e podem virar implantação artesanal. Suporte provável é médio até padronizar 1–2 formatos. LGPD exige finalidade, minimização, acesso restrito e exclusão. Se cada cliente exigir regra ou coluna diferente, não é SaaS enxuto.

Motivo para NÃO fazer. Sistemas de gestão podem oferecer alertas nativos; academias pequenas podem não registrar presença; churn pode depender de preço/qualidade, não contato. O mercado brasileiro é conhecido e competitivo. Sem cinco clientes que consigam exportar em menos de cinco minutos, Jay estará vendendo limpeza de dados/consultoria.

Teste de 14 dias; critério objetivo. 3 estabelecimentos, ≥80 ativos cada. Auditar 30 dias, selecionar 15–20 ausentes por local e manter 15–20 comparáveis sem contato por sete dias (depois liberar contato por ética). Prosseguir somente se ≥80% dos dados vierem limpos, ≥30% dos contatados responderem, ≥20% voltarem/agendarem versus controle, houver ≥3 mensalidades em risco documentadas, operação ≤30 min/cliente/semana e 2 de 3 pagarem o mês seguinte. Parar com exportação manual >15 min, reclamação de privacidade ou zero renovação.

Baixo capital 9/10	Operação solo 7/10	Automação 8/10	Recorrência 9/10	Suporte baixo 6/10
-----------------------	-----------------------	-------------------	---------------------	-----------------------

Por que só uma oportunidade hoje: não encontrei uma segunda ideia nova com relação capital/suporte melhor que aprofundar a tese atual. As variações de follow-up, segunda compra, catálogo e indicação já foram cobertas nas edições anteriores; listar outra com nome novo seria repetição, não descoberta.

RADAR DAS ENTREVISTAS

O que valida. A Casa com coisas confirma a dinâmica geral: dado existe, mas vendedor não registra; dona não tem tempo; WhatsApp é canal ativo. Gymdesk mostra que produto vertical ganha quando elimina trabalho e reflete a rotina do nicho, não quando pede disciplina adicional.

O que refuta/limita. Gymdesk é serviço presencial com contrato mensal e presença objetiva; a loja entrevistada tem ticket médio R\$100, mix mudando 80% em dois meses e compra irregular. Não usar retenção de academia como prova de recompra no varejo. Além disso, o fundador passou anos em suporte: caso contradiz a fantasia de “vertical simples = pouco atendimento”.

Duas perguntas concretas para a próxima entrevista:

- “Mostre a última semana: quais clientes pediram para você avisar quando chegasse algo ou dissessem que voltariam? Onde isso ficou registrado e quantas vendas aconteceram depois?”
- “Na última campanha do grupo VIP, quantas pessoas responderam, quantas compraram e como você ligou a venda à mensagem? Mostre o caminho real no WhatsApp e no Zaal.”

FEIRAS E EVENTOS — RIO/SP

IR · D2C Summit — 30/09 e 01/10, São Paulo

Distrito Anhembi, Av. Olavo Fontoura 1.209; inscrição aberta; Standard R\$549 (6× R\$91,50), VIP R\$1.319. O desconto de R\$274,50 visto em dias anteriores não aparece hoje: mudança material, não contar com ele. Ir apenas no Standard e com 10–15 entrevistas agendadas. Objetivo: falar com marcas D2C sobre segunda compra, conversa abandonada e atribuição. Buscar workshops de WhatsApp/Instagram, comunidade e redução de mídia paga; evitar palco genérico. [5]

CONSIDERAR · Feira do Empreendedor Sebrae-SP — 19-22/10, São Paulo

São Paulo Expo; 10h–20h; evento 100% gratuito. A página oficial aparece no índice com datas/gratuidade, mas nesta VPS segue com certificado TLS inválido e o credenciamento geral não pôde ser confirmado hoje. Só ir quando o cadastro emitir ingresso. Objetivo: 25 entrevistas curtas com varejo independente; pedir comportamento passado e abrir conversas reais, não perguntar “usaria?”. [6]

CONSIDERAR · Rio Marketplace Summit — 07/11, Rio de Janeiro

Hotel Mirador, Rua Toneleros 338, Copacabana; 8h–18h. Fonte oficial vinha anunciando Silver R\$127 e Gold R\$397, Mercado Livre/Amazon/Shopee/live shopping, mas hoje o servidor bloqueou a checagem automática (HTTP 406) e o checkout não foi verificável. Monitorar; só vira IR quando Silver puder ser comprado. Objetivo: 12 sellers sobre venda fora de marketplace, base própria e conversas abandonadas. [7]

IA & HERMES

TESTAR · Hermes v0.20.5, mas somente isolado

A release oficial v2026.8.19 / v0.20.5, publicada em 21/08 e ainda marcada Latest, agrega ~323 PRs/~746 commits desde v0.20.4; destaca memória persistente, reasoning effort por cron, stall guards e web sem chave com failover. A VPS está em v0.19.0 + 1 commit carregado. Comparação com Sol: muda o agente, não o modelo; pode melhorar este job, mas também ampliar superfície de regressão. Decisão: TESTAR três briefings em perfil/cópia isolada, comparando busca, cron, PDF e entrega; não atualizar o principal. [8]

IGNORAR · Google Gemini Robotics ER 2 para o fluxo atual

A página oficial mais recente do Google destaca Gemini Robotics ER 2 para vídeo, orquestração de ferramentas e colaboração entre robôs. Não há encaixe com pesquisa de SaaS, WhatsApp ou automação comercial sem hardware. Comparação com GPT-5.6 Sol: é outra categoria; benchmark seria desperdício. Ignorar até existir caso de automação física real para Jay. [9]

ESPERAR · nenhum lançamento prático novo dos demais provedores

Varredura das páginas oficiais de OpenAI, Anthropic, Google, Moonshot/Kimi, Qwen, DeepSeek e xAI não encontrou hoje anúncio material que justifique trocar ou benchmarkar o GPT-5.6 Sol. A Anthropic ainda lista Opus 5 como lançamento de modelo mais recente e as novidades posteriores são segurança/proveniência já cobertas. Decisão: ESPERAR; não alterar configuração nem criar teste por ruído de calendário. [10]

3 AÇÕES PARA O JAY

- 1 · Hoje — executar três auditorias de exportação, não construir. Pedir a uma escola de luta, um pilates e uma academia boutique que exportem 30 dias de presença. Cronometrar e contar ativos há 7/14 dias sem visita. Abortar nicho se dois não conseguirem em cinco minutos.
- 2 · Em 48 horas — vender três pilotos a R\$290. Escrever limites: um CSV semanal, até 20 contatos, envio pelo cliente, sem sistema/catraca/cobrança. Criar grupo controle e medir resposta, retorno, mensalidade em risco, tempo e renovação.
- 3 · Esta semana — reservar o D2C só com agenda. Não pagar VIP e não assumir o desconto antigo: Standard está R\$549 hoje. Antes de comprar, enviar 15 convites e confirmar pelo menos 10 entrevistas. Ativar lembrete para checkout Silver do Rio e credenciamento Sebrae.

FONTES

[1] Gymdesk — história do fundador, MVP e primeiros clientes

[2] Eran Galperin — relato primário de bootstrap, MRR, canais e saída

[3] Gymdesk — preços e métricas atuais

[4] Startups for the Rest of Us — entrevista sobre a transação

[5] D2C Summit — data, local e ingressos oficiais

[6] Sebrae-SP — Feira do Empreendedor 2026

[7] Rio Marketplace Summit — página oficial

[8] GitHub/NousResearch — Hermes Agent v0.20.5

[9] Google DeepMind — página oficial de novidades

[10] Anthropic — newsroom oficial

Método: fontes checadas em 23/08/2026 BRT. Busca/extraction terceirizada estava indisponível (HTTP 432), então páginas foram validadas diretamente por HTTP e texto oficial. Métricas foram atribuídas; rodada não foi tratada como valuation. Eventos encerrados foram excluídos. Preços e lotes podem mudar.