

RADAR DE NEGÓCIOS + SAAS + IA

28 de agosto de 2026 • BRT • leitura estimada: 14 minutos • edição diária sem repetição

VISÃO RÁPIDA

- Bannerbear é o caso do dia: um fundador, uma dor vivida em e-commerce e uma sequência de pivôs até achar o job “automatizar e escalar marketing”. O aprendizado não é “criar imagens com IA”; é transformar uma tarefa repetitiva e estruturada em API, com documentação como aquisição.
- Para a tese atual, o gargalo continua anterior à automação: a Casa com coisas já possui contatos e estoque, mas o cadastro falha e o mix muda rápido. Antes de catálogo ou cashback, vale testar captura mínima de cliente + item + próxima ação sem exigir login do vendedor.
- Oportunidade adjacente existe, mas é mais fraca: criativos recorrentes por CSV para pequenos sellers parecem solo/recorrentes, porém IA genérica comoditizou produção; só vale se a promessa for tempo até publicar e consistência, não “arte bonita”.
- Eventos: Feira do Empreendedor é a melhor máquina barata de entrevistas; D2C Summit só compensa com agenda pré-marcada; Rio Marketplace segue sem checkout verificável.

CASOS QUE DERAM CERTO LÁ FORA

BANNERBEAR — API DE IMAGENS/VÍDEOS, SINGAPURA (2019/2020)

Fundador e origem. Jon Yongfook, designer/programador, deixou o emprego e gastou quase um ano de uma reserva de dois anos tentando “12 startups em 12 meses”. Lançou sete produtos sem receita. A pista surgiu de uma dor anterior: em uma empresa de e-commerce, a equipe criava manualmente assets visuais para cada produto novo. A empresa hoje se apresenta como sediada em Singapura e 100% remota.

Primeiro produto e MVP. Entre set-dez/2019, Previewmojo gerava apenas imagens Open Graph a partir de poucos templates. Chegou a US\$400 MRR, mas a resposta era morna. Em jan/2020 virou Bannerbear sem mudar muito o app; em mar-abr/2020 veio o pivot real: novo editor + REST API, saída da Shopify App Store e foco em automação. O MRR naquele ponto era US\$488. O fundador admite que a mudança alienou clientes antigos e causou churn.

Primeiros clientes e venda inicial. Não houve um canal mágico. Até jun/2020 havia cerca de 40 pagantes. Jon lista: três lançamentos no Product Hunt; posts úteis em comunidades; Twitter e transparência de receita; newsletter com 1.500 inscritos; dezenas de tutoriais; contato pessoal com early users; resposta rápida a pedidos. Referral teve “zero efeito”; afiliados, efeito pequeno; app Shopify fracassou. Entre mai-out/2020, alternou uma semana de código e uma de marketing; documentação crescente acompanhou mais conversões.

Receita, preço, capital e tração. Bootstrap com poupança e receita; não há rodada declarada. Linha oficial: US\$0 MRR (ago/2019) → US\$400 (dez/2019) → US\$488 (abr/2020) → US\$6.109 (out/2020) → US\$10.455 (jan/2021). Em ago/2022, Jon reportou US\$45 mil MRR, 500+ clientes e equipe remota de sete; em jul/2023, US\$50 mil MRR. A página “Journey to US\$1M ARR” mostra recap até US\$36 mil MRR, portanto métricas oficiais estão em páginas de épocas diferentes. Preço consultado hoje: US\$49 / US\$149 / US\$299 por mês, por créditos; trial de 30 créditos, sem cartão.

Vantagem real versus marketing. A vantagem foi um workflow determinístico — template + dados → asset consistente — exposto por API e no-code, somado a documentação e demos que vendem o uso. “IA para design” não aparece como origem da vantagem. Limites: dependência de infraestrutura de renderização, suporte técnico, abuso/DDoS, demanda global e clientes capazes de estruturar dados.

Por que funcionou. Founder-problem fit; persistência financiada por runway; pivot da feature estreita (“Open Graph”) para o job amplo (“automatizar marketing”); preço acima do padrão de app barato; produto demonstrável e distribuição cumulativa por exemplos. Importante: levou cerca de 16 meses entre o início da exploração e US\$10 mil MRR — não foi renda passiva instantânea.

Advogado do diabo. O caso não valida agência de criativos nem gerador genérico com IA. A API serve clientes técnicos e exige documentação; as integrações atuais são expansão posterior. Copiar o catálogo de imagens, vídeo, PDF, Zapier, Make, Airtable e enterprise seria suicídio operacional para uma pessoa.

O QUE É COPIÁVEL NO BRASIL

Copiar: (1) começar por uma entrada estruturada simples; (2) entregar um output visível em minutos; (3) cobrar cedo; (4) alternar produto e distribuição; (5) documentar casos concretos; (6) medir tempo poupado ou venda gerada. Não copiar: API antes de demanda, loja de apps como única distribuição, preço de US\$5-10, várias integrações, produção criativa sob medida ou promessa horizontal de “marketing com IA”.

Aplicação à Casa com coisas: o equivalente à entrada estruturada não é um feed perfeito; é um registro mínimo de cliente + item/interesse + data da próxima ação. O output deve ser uma fila diária de cinco contatos com contexto e um card pronto para WhatsApp. Só depois existe justificativa para catálogo, cashback ou integração com Zaal.

OPORTUNIDADES PARA MONTAR

1) RECIBO → PRÓXIMA AÇÃO (prioritária)

Cliente e dor observável. Lojas consultivas de decoração, presentes, moda premium e óticas com WhatsApp ativo. Na entrevista: ~60% dos contatos existem, vendedores não cadastram com frequência, mix muda a cada dois meses e as sócias não têm tempo. A perda observável é cliente sem contexto e nenhuma rotina de retorno.

Oferta em uma frase. “Mande foto do cupom ou uma mensagem de 20 segundos; amanhã receba cinco clientes que vale chamar, com item, contexto e texto sugerido.”

Por que agora / evidência estrangeira. Bannerbear prova o padrão entrada estruturada → output automático; não prova recompra no varejo. A evidência local é mais importante: cadastro falha apesar de sistema existente. OCR/visão e transcrição reduzem esforço, mas a hipótese a validar é comportamental: o vendedor realmente envia o registro e executa a fila.

MVP concierge para uma pessoa. WhatsApp Business + formulário/planilha. No fim de cada venda, vendedor envia foto do cupom e áudio curto (“presente de casamento; procurar vasos em 20 dias”). Jay transcreve/estrutura, deduplica e entrega às 9h uma lista de cinco ações. Sem integração com Zaal; sem bot enviando mensagem ao consumidor.

Primeiros 10 clientes. 3 lojas da rede/entrevistas atuais; 4 indicações de arquitetos/contadores de varejo; 3 prospecções presenciais em ruas/galerias. Vender demonstração com 10 registros reais, não deck. Pedir R\$190 pelo piloto de 14 dias; desconto somente por acesso aos dados de resultado.

Preço e margem. Piloto R\$190; depois R\$149-249/mês por loja. Margem bruta-alvo >85% quando automatizado. No concierge, impor ≤30 min/loja/semana; acima disso é BPO. Ferramentas mínimas: WhatsApp Business, Google Sheets, OCR/transcrição, template de card; nenhuma API no início.

Risco / suporte. Dados incompletos, consentimento/LGPD, duplicidade e resistência do vendedor. Suporte provável médio nas duas primeiras semanas e baixo só se captura e fila forem autoexplicativas. Motivo para NÃO fazer: se a loja não executa cinco contatos/dia, automação apenas organiza abandono; se Zaal já resolve com treinamento, o produto é redundante.

Teste de 14 dias e corte. 3 lojas; meta ≥80% das vendas elegíveis registradas; ≥70% das ações executadas em D+1; ≥3 reservas/vendas atribuídas por loja; margem bruta atribuída ≥3× R\$190; operação ≤30 min/loja/semana; 2 de 3 renovam. Usar 15 clientes tratados e 15 comparáveis sem contato por loja quando o volume permitir.

NOTAS — baixo capital 9/10 • solo 8/10 • automação 8/10 • recorrência 8/10 • suporte baixo 6/10

2) LOTE PRONTO — CRIATIVOS DE ESTOQUE POR CSV (adjacente, só testar)

Cliente e dor. Sellers pequenos de Nuvemshop/Mercado Livre com 50-500 SKUs, campanhas semanais e fotos razoáveis, mas sem designer interno. Dor observável: horas para recortar, padronizar preço/parcelamento e publicar formatos diferentes; não “falta de criatividade”. Oferta: “Envie CSV + fotos; receba em 15 minutos um lote aprovado de cards 1:1 e 9:16 com regras da marca.”

Por que agora / evidência. Bannerbear mostrou demanda por geração baseada em template e chegou a US\$10.455 MRR após API/documentação. Agora IA reduz custo de recorte e composição, mas também reduz diferenciação: vantagem precisa ser SLA, consistência e validação de preço, não geração.

MVP solo. Pasta Drive + CSV padrão + Canva/Bannerbear/automação simples; dois templates fixos por cliente, revisão humana em lote. Primeiros 10: abordar 30 sellers com anúncios ativos e assets inconsistentes; entregar amostra de três SKUs; fechar 10 pilotos de R\$290/14 dias.

Preço/margem/ferramentas. R\$299-599/mês por 100-300 assets; margem-alvo 75-85%. Drive, Sheets, template engine e uma API de recorte. Sem integração com ERP, marketplace ou mídia. Risco: retrabalho subjetivo e suporte alto. Motivo para NÃO fazer: Canva/IA/agências já resolvem; virar estúdio disfarçado de SaaS é provável.

Teste de 7 dias. 10 sellers; sucesso = ≥4 pagam R\$290, mediana <20 min de operação por lote, ≤1 rodada de ajuste, ≥70% dos assets publicados e 3 sinalizam renovação. Falhou qualquer um: não construir.

NOTAS — baixo capital 8/10 • solo 7/10 • automação 8/10 • recorrência 7/10 • suporte baixo 4/10

RADAR DAS ENTREVISTAS

Valida: “Recibo → próxima ação” ataca um comportamento já observado: o dado existe parcialmente, mas não entra na rotina. O mix variável favorece contexto por item/interesse em vez de catálogo permanente. A demora de 1-2h e ausência fora do horário sugerem que fila e handoff podem valer mais que chatbot livre.

Refuta/limita: há apenas uma entrevista; interesse em cashback não prova recompra nem disposição a pagar. A loja já tem Zaal e estoque; problema pode ser implantação/hábito, não software. Grupo VIP já vende — uma rotina manual bem executada pode capturar quase todo o valor.

Pergunta 1: “Abra as últimas 20 vendas: em quantas ficou registrado o item, o telefone e uma razão/data concreta para voltar a falar? Mostre três casos em que a falta disso perdeu uma venda.”

Pergunta 2: “Na última semana, quantos clientes antigos cada vendedor procurou por iniciativa própria, como escolheu quem chamar e o que aconteceu — resposta, reserva, venda e margem?”

FEIRAS E EVENTOS — RIO/SP

IR — FEIRA DO EMPREENDEDOR SEBRAE-SP

19-22/10/2026 • 10h-20h • São Paulo Expo/SP • gratuita. A fonte oficial confirmou gratuidade e inscrição aberta nas checagens de 24 e 27/08; hoje o domínio falhou no handshake TLS desta VPS, portanto revalidar o ingresso antes de viajar. Objetivo: um dia e 25 entrevistas com varejistas/prestadores; testar cadastro real, rotina de follow-up e perda financeira. Buscar expositores de gestão, varejo, vendas e WhatsApp. [Site/inscrição oficial](#).

CONSIDERAR — D2C SUMMIT

30/09-01/10/2026 • Distrito Anhembi, São Paulo/SP • Standard R\$549. Página oficial respondeu HTTP 200 hoje e exibe inscrição, agenda e 60+ empresas; VIP R\$1.319 e Backstage R\$5.999. Não comprar upgrade. Só ir com 10-15 entrevistas agendadas com marcas D2C sobre recompra, atribuição Story/DM/WhatsApp, catálogo e custo de operação. Buscar workshops de WhatsApp/Instagram, comunidade, mídia paga e automação. [Site oficial](#).

CONSIDERAR — RIO MARKETPLACE SUMMIT

07/11/2026 • Hotel Mirador, Copacabana/Rio • Silver R\$127 e Gold R\$397 anunciados. O servidor oficial retornou HTTP 406 hoje e o checkout não pôde ser verificado; não comprar por terceiro. Só vira IR quando o Silver emitir oficialmente. Objetivo: sellers de Mercado Livre/Amazon/Shopee e hipóteses de margem, catálogo, recompra fora do marketplace e dependência de plataforma. [Site oficial](#).

IA & HERMES

TESTAR — HERMES AGENT v0.20.6 / v2026.8.27

Release oficial publicada em 27/08: rollup de ~525 PRs / ~1.313 commits desde v0.20.5. Itens úteis ao Jay: cache TTL em web_search/web_extract, compressão lean-tail padrão, catálogo MCP remoto ampliado, incident acknowledgements de cron e mensagens mais claras de code skew. A VPS segue em v0.19.0 + 1 commit local. Decisão: testar três execuções deste briefing em perfil isolado, comparando tempo, falhas de pesquisa, PDF e cron; não atualizar o principal sem notas curadas v0.21.0 ou resultado local. [Release oficial](#).

IGNORAR — OPENAI: APOIO A STARTUPS NA TAILÂNDIA (28/08)

O feed oficial publicou hoje iniciativa institucional para startups na Tailândia. Não há modelo, API, preço, benchmark nem ganho operacional para o fluxo do Jay. GPT-5.6 Sol continua baseline. Nenhuma configuração foi alterada. [Fonte oficial](#).

ESPERAR — DEMAIS FORNECEDORES

Feeds/páginas oficiais consultados de OpenAI, Google DeepMind, Anthropic e release do Hermes; não apareceu novidade prática adicional desde a edição anterior que justifique benchmark contra GPT-5.6 Sol. Ausência de novidade útil é melhor do que reciclar anúncio.

3 AÇÕES PARA O JAY

1. Hoje — auditar 20 vendas da Casa com coisas. Contar presença de telefone, item/interesse e próxima data; listar três perdas concretas. Critério: se menos de 30% tiver próxima ação, há problema mensurável; se Zaal já contém tudo, testar treinamento antes de produto.
2. Em 48h — vender um piloto, não construir. Mostrar “foto/áudio → lista de cinco clientes” com dados reais e pedir R\$190 por 14 dias. Sem integração. Se não houver pagamento, não racionalizar como “falta de feature”.
3. Até 31/08 — agenda de eventos. Inscrever-se gratuitamente na Feira do Empreendedor após revalidar o link e preparar roteiro de 25 entrevistas. Para D2C, só comprar Standard quando 10 conversas estiverem pré-agendadas; Rio, só após checkout Silver oficial.

FONTES

Bannerbear — “A Bootstrapped SaaS Journey to \$10K MRR”: <https://www.bannerbear.com/journey-to-10k-mrr/>

Bannerbear — “How to Get Your First 25 SaaS Customers”: <https://www.bannerbear.com/blog/how-to-get-your-first-25-saas-customers/>

Bannerbear — Pricing / About / Journey to US\$1M ARR: <https://www.bannerbear.com/pricing/> • <https://www.bannerbear.com/about/> • <https://www.bannerbear.com/journey-to-1-million-arr/>

Hermes Agent v0.20.6 (27/08/2026): <https://github.com/NousResearch/hermes-agent/releases/tag/v2026.8.27>

OpenAI News RSS / Thailand: <https://openai.com/news/rss.xml> •

<https://openai.com/index/supporting-next-generation-ai-startups-thailand>

D2C Summit (data, local, agenda e preços): <https://d2csummit.com.br/>

Feira do Empreendedor Sebrae-SP: <https://feiradoempreendedor.sebraesp.com.br/>

Rio Marketplace Summit: <https://riomarketplacesummit.com.br/>

Base de campo: /home/tenant/campo-validacao/contexto-pesquisa.md (entrevista “Casa com coisas”). Métricas de Bannerbear são declarações do fundador/empresa; não foram tratadas como auditoria. Rodada e valuation não foram inferidos.