

RADAR DE NEGÓCIOS + SAAS + IA

29 de agosto de 2026 • BRT • leitura estimada: 15–17 min • edição baseada em fontes oficiais e relatos atribuídos

VISÃO RÁPIDA

- Missive é um caso melhor de sequência do que de cópia: três pessoas resolveram a própria caixa compartilhada antes de virar uma suíte. Hoje declara 5 mil+ empresas, 30 mil+ usuários diários e apenas 17 funcionários.
- A cunha testável no Brasil não é “inbox omnichannel”. É impedir conversa comercial sem dono ou próxima ação em lojas com 2–5 atendentes — manualmente, sem API, por 14 dias.
- D2C Summit ganhou urgência real: a página oficial anuncia 30% de desconto no Standard até 31/08. O preço-base é R\$549; equivalente nominal de R\$384,30, sujeito ao checkout.
- IA: o Google começou a levar pesquisa até reserva transacional de hotel, preservando hotel/plataforma como merchant of record. É sinal de canal, não motivo para construir agente de reservas agora.

CASOS QUE DERAM CERTO LÁ FORA

MISSIVE — colaboração comercial nasceu de uso interno, não de uma tese abstrata

Origem. Quebec City, Canadá. Philippe Lehoux e dois cofundadores já operavam a Conference Badge, negócio de crachás para eventos. A página oficial não nomeia os três nessa narrativa, mas informa que eram uma equipe de três atendendo centenas de clientes. O produto apareceu publicamente em 2015; um “Show HN” de 18/12/2015 o descrevia como novo cliente de e-mail para Mac.

Problema original e primeiro nicho. Eles precisavam responder clientes e discutir internamente a mesma mensagem sem encaminhamentos, CCs e uma ferramenta de suporte separada. O primeiro nicho foi a própria microequipe de serviços. Isso importa: a dor era observável várias vezes por dia e o comprador já existia — eles mesmos.

MVP e primeiro produto. Uma experiência de inbox que juntava e-mail e colaboração interna no mesmo lugar. O valor inicial não era IA, CRM, WhatsApp, analytics ou 200 integrações; era visibilidade compartilhada, conversa interna e responsabilidade pela resposta. A empresa não publica, nas fontes consultadas, nomes dos primeiros clientes externos, ticket inicial ou conversão do beta. Não preencher essa lacuna com suposição.

Aquisição inicial verificável. Conteúdo próprio em novembro de 2015 e lançamento “Show HN” em dezembro mostram distribuição em comunidades de produto/tecnologia. A migração da Conference Badge forneceu uso real e prova interna. Não foi encontrada evidência oficial suficiente para dizer que Product Hunt, outbound ou mídia paga foram os canais dominantes; trate isso como desconhecido.

Modelo atual. SaaS por usuário. Página consultada: Starter US\$14/usuário/mês no anual; Productive US\$24; Business US\$36. O Starter cobre e-mail, SMS, contas sociais, espaços/inboxes e tarefas; automações, integrações e API entram no Productive. Teste de 30 dias, sem cartão. Isso cria expansão por equipe, mas o preço por assento pune pequenos varejistas com rotatividade.

Capital e tração. A fonte oficial consultada não divulga rodada, receita, valuation ou capital inicial; portanto não classifique como “sem funding” sem prova. O que ela declara hoje: 5 mil+ empresas, 30 mil+ usuários diários, 17 funcionários e dez anos de operação. Usuários diários e empresas não equivalem a clientes pagantes nem ARR.

Vantagem real. A arquitetura segue o lugar onde o trabalho já chega, reduzindo troca de tela. Cada conversa pode ter contexto, responsável e automação. A vantagem não é “inbox bonito”; é tornar o estado do trabalho compartilhado e auditável. O risco é o próprio sucesso: o produto atual adicionou WhatsApp Business nativo, IA, regras, tarefas, múltiplos canais, analytics, API e onboarding personalizado — escopo incompatível com uma pessoa começando no Brasil.

Por que funcionou. (1) dor frequente e interna; (2) protótipo usado no trabalho real; (3) artefato que melhora coordenação, não só relatório; (4) receita recorrente por equipe; (5) categoria com disposição a pagar; (6) produto global, sem logística. O contrapeso: e-mail compartilhado é menos central no pequeno varejo brasileiro que WhatsApp, e API/consentimento/Meta podem elevar suporte.

Advogado do diabo. Não há prova de que a Casa com coisas precise de inbox compartilhada: a entrevista registra uma vendedora e demora de 1–2h, não mensagens duplicadas entre equipe. Se a perda for falta de demanda ou ausência fora do horário, “atribuir dono” não cria venda. E se a ferramenta exigir espelhar toda conversa, treinar equipe e manter API oficial, vira implantação artesanal.

Teste antes de construir. Em três lojas com 2–5 atendentes, auditar 50 conversas recentes por loja: quantas ficaram sem dono, sem resposta em 2h úteis, sem próxima ação e quantas terminaram em reserva/venda. Depois operar uma fila manual por 14 dias. Só construir se houver perda monetária, não apenas desorganização percebida.

O QUE É COPIÁVEL NO BRASIL

- Copiar: começar dentro do fluxo atual; uma conversa = um responsável + uma próxima ação + prazo; medir recuperação em reais; cobrar cedo; manter o artefato simples.
- Adaptar: WhatsApp Business e rotina de varejo, não e-mail; preço por loja/faixa de conversas, não por atendente; onboarding por vídeo de 10 minutos + CSV/planilha, não migração.
- Não copiar: inbox completo, atendimento 24/7, IA generativa aberta, catálogo, pagamento, campanhas, analytics, CRM e integrações no mesmo MVP.
- Barreira honesta: sem integração oficial, o piloto prova processo, não produto. Com integração, Meta, consentimento, templates e qualidade do número viram dependências reais.

OPORTUNIDADES PARA MONTAR

CONVERSA COM DONO — fila mínima de responsabilidade comercial

Cliente e dor observável. Lojas consultivas com 2-5 vendedores que fecham por WhatsApp (decoração, móveis, óticas, presentes, moda premium) e usam um número compartilhado ou repassam leads. Dor: conversa sem responsável, resposta lenta, promessa esquecida e venda sem atribuição.

Oferta em uma frase. “Todo contato comercial sai do dia com dono, prazo e próxima ação; entregamos diariamente as cinco conversas que exigem movimento e mostramos margem recuperada.”

Por que agora / evidência estrangeira. Missive mostra que coordenação dentro da conversa sustenta produto recorrente global; sua expansão para WhatsApp nativo em 2025 confirma que mensageria entrou nessa categoria. Localmente, a entrevista já mostra 1-2h de resposta, ausência fora do horário e cadastro incompleto — mas ainda não prova conflito entre atendentes.

MVP concierge para uma pessoa. Sem ler credenciais ou conectar API. A loja exporta/anonimiza 50 conversas e marca manualmente novos contatos num formulário curto: telefone final 4, assunto, responsável, prazo, valor potencial. Jay envia às 10h e 16h a fila de cinco e registra desfecho. Ferramentas: Google Forms/Sheets, WhatsApp Business da própria loja, Looker Studio opcional. Integrações mínimas: zero no piloto; depois, somente Cloud API oficial se o processo renovar.

Primeiros 10 clientes. 1) selecionar 30 lojas com duas ou mais atendentes em Três Rios/Rio; 2) oferecer auditoria gratuita de 20 conversas, sem promessa de IA; 3) mostrar três perdas concretas; 4) fechar piloto pago em 10; 5) pedir introdução a uma loja similar apenas após registrar venda/tempo recuperado. Evitar anúncios antes de 3 renovações.

Preço e margem. Piloto R\$190 por 14 dias. Se houver prova, R\$249-399/loja/mês por faixa de conversas. Margem bruta de software pode superar 80%, mas o concierge não: com teto de 30 min/loja/semana, custo operacional alvo fica abaixo de R\$80-120/mês. Acima disso, é BPO e o preço precisa subir ou o produto deve parar.

Risco / suporte. Risco principal é “planilha que ninguém alimenta”; segundo é atribuir vendas que ocorreriam de qualquer forma. Suporte provável: médio no onboarding e baixo depois somente se o formulário levar ≤ 20 s e a fila substituir, não adicionar, uma reunião. API de WhatsApp elevará suporte e compliance.

Motivo para NÃO fazer. Se só houver uma atendente; se conversas perdidas forem raras; se a dona não consegue exigir uso; se 80% das vendas vêm de passantes sem WhatsApp; ou se cada cliente pedir integração com ERP, catálogo e estoque.

Teste de 14 dias. 3 lojas; semana 1 baseline de 50 conversas; semana 2 fila diária. Sucesso: $\geq 80\%$ dos novos contatos recebem dono/próxima ação; atraso $> 2h$ úteis cai $\geq 50\%$; ≥ 3 reservas/vendas documentadas por loja; margem recuperada $\geq 3 \times R\$190$; operação ≤ 30 min/loja/semana; 2 de 3 renovam. Falhou qualquer limite operacional ou zero renovação: não construir.

Notas (0-10): baixo capital 9 • operação solo 8 • automação 7 • recorrência 8 • suporte baixo 6. Veredito: 7,6/10. Boa hipótese de processo; ainda não é tese de software validada.

Segunda ideia? Não encontrei hoje oportunidade adjacente com relação risco/retorno melhor do que aprofundar essa cunha. Evitei propor agente de reservas, marketplace, criativos por IA ou “CRM completo”: todos aumentam integração, suporte ou comoditização antes da prova.

RADAR DAS ENTREVISTAS

O que valida. A Casa com coisas já apresenta atraso de 1-2h, nenhum atendimento fora do horário e falha de cadastro pelos vendedores. Isso valida fricção operacional e falta de tempo das sócias. Grupo VIP já vende, então ação outbound não é puramente hipotética.

O que refuta ou permanece aberto. Há só uma vendedora descrita; não foi observada duplicidade, disputa por lead ou mensagem “sem dono”. O mix muda 80% a cada dois meses, o que pode tornar catálogo e intenção por item mais importantes que coordenação. Interesse declarado em cashback não prova recompra incremental.

- Pergunta 1: “Na última semana, mostre três conversas que demoraram, foram esquecidas ou passaram de uma pessoa para outra. O que aconteceu com cada venda e quanto valia?”
- Pergunta 2: “Quando uma cliente diz ‘vou pensar’ ou pede um item que acabou, quem registra, onde fica e quantas dessas pessoas foram procuradas de novo nos últimos 30 dias?”

Evitar “você usaria?”. Pedir tela, data, responsável, desfecho e perda concreta. Necessidade vem antes de catálogo de funcionalidades.

FEIRAS E EVENTOS — RIO/SP

IR	D2C Summit • 30/09-01/10 • Distrito Anhembi, São Paulo. Inscrição aberta. Standard R\$549; página anuncia 30% off até 31/08 (R\$384,30 nominal; confirmar no checkout). Objetivo: 10-15 entrevistas com marcas D2C sobre conversa abandonada, atribuição e segunda compra; buscar Nuvemshop, operadores de WhatsApp/Instagram e workshops práticos. Site oficial
IR	Feira do Empreendedor Sebrae-SP • 19-22/10, 10h-20h • São Paulo Expo. Página oficial confirma “Quero visitar / Inscreva-se” e entrada gratuita. Ir um dia, não quatro. Objetivo: 25 entrevistas com varejistas de 2-5 atendentes; validar quantas conversas ficam sem dono e quem paga. Filtrar expositores de varejo/serviços; não gastar o dia em palestras genéricas. Site oficial
CONSIDERAR	Rio Marketplace Summit • 07/11 • Hotel Mirador, Copacabana/Rio. Evento, agenda e preços anunciados (Silver R\$127; Gold R\$397), mas o servidor oficial respondeu HTTP 406 hoje e o checkout não foi validado. Só comprar quando o Silver emitir oficialmente. Objetivo: entrevistar sellers sobre margem, recompra fora do marketplace e risco de canal. Site oficial

Plano de captura no evento. Não colecionar cartões. Para cada entrevista, registrar nicho, número de atendentes, canal compartilhado, última conversa perdida e valor aproximado. Encerrar perguntando quem aprova uma compra de R\$249-399/mês e pedindo permissão para uma auditoria de 20 conversas. Meta de saída do D2C: cinco auditorias marcadas e três lojas elegíveis; da Feira Sebrae: dez auditorias e pelo menos três negócios com perda semanal. Se o entrevistado não consegue mostrar um caso passado, marcar como opinião, não evidência. Evitar fornecedores que tentem vender inbox, chatbot ou integração antes de revelar cliente com renovação e margem incremental.

IA & HERMES

TESTAR — Google AI Mode fecha reserva de hotel. Em 27/08, Google anunciou tracking de voos no chat para 180+ países e reserva de hotel dentro do AI Mode, com reviews, comparação, Google Pay e parceiros integrados. O hotel/plataforma continua merchant of record e responde pelo suporte. Leitura para Jay: agentes tendem a virar camada de descoberta/checkout, mas a operação e responsabilidade continuam no fornecedor. Teste útil: mapear cinco pontos em que catálogo/disponibilidade/política precisam estar estruturados; não construir agente nem integração agora.

IGNORAR — decisão da OpenAI sobre Cursor após aquisição pela SpaceX. O RSS oficial de 28/08 confirma o anúncio, mas a página bloqueou a extração (HTTP 403) e não há, no material acessível, mudança verificável para Codex local, preço ou GPT-5.6 Sol. Sem impacto demonstrado no fluxo do Jay.

ESPERAR — Hermes. Nenhuma release nova hoje. A API oficial mantém v2026.8.27 / v0.20.6 como latest, já registrada ontem: ~525 PRs, cache TTL de web, compressão lean-tail e melhorias de cron. VPS não foi alterada. Não repetir teste nem atualizar principal sem resultado isolado ou patch material. GPT-5.6 Sol permanece baseline.

3 AÇÕES PARA O IAY

- 1. Hoje: abrir o checkout do D2C Summit e comprar Standard somente se o desconto de 30% resultar em ~R\$384,30 e Jay aceitar marcar 10-15 entrevistas antes do evento. Não comprar VIP.
- 2. Próxima entrevista: pedir tela de três conversas perdidas/atrasadas e quantificar valor, responsável e desfecho. Se não aparecer conversa sem dono. abandonar essa cunha e voltar à recompra/intenção por item.
- 3. Em 14 dias: vender três pilotos “Conversa com dono” a R\$190, com baseline e controle operacional. Zero renovação ou >30 min/loja/semana encerra a ideia; 2/3 renovações autorizam protótipo simples.

FONTES

Missive: “About us” (origem, equipe, tração) — [missiveapp.com/about](#); Pricing — [missiveapp.com/pricing](#); “What we released in 2025” — [Missive Blog](#); HN, “Show HN: Missive” (18/12/2015) — [thread](#).

Eventos: [D2C Summit oficial](#) (data, local, preço-base, banner 30% até 31/08); [Feira do Empreendedor Sebrae-SP](#) (data, local, gratuidade e inscrição); [Rio Marketplace Summit](#) (indisponível para validação de checkout hoje; dados de agenda/preço revalidados em 25/08).

IA: Google, “3 new ways to plan and book travel in Search” (27/08) — [fonte oficial](#); OpenAI RSS (28/08), “Our decision on Cursor following its acquisition by SpaceX” — [RSS](#); Hermes Agent v2026.8.27 — [GitHub release](#).

Critério: métricas da empresa foram identificadas como declarações; rodada não foi tratada como valuation; dados ausentes não foram estimados. Pesquisa executada em 29/08/2026 às 09h BRT.