RADAR DE NEGÓCIOS + SAAS + IA

31 DE OUTUBRO DE 2026 · 09:10 BRT · LEITURA ESTIMADA: 17 MIN

DECISÃO DO DIA Não construir “fidelidade”. Cobrar por um único programa de indicação, confirmar a venda manualmente e matar a tese se recompensa, fraude ou suporte não couberem numa regra só.

4 CONCLUSÕES PARA DECIDIR

VISÃO RÁPIDA

> 1 · O contraste. Referral Rock começou com SurveyMonkey, CSV e alterações manuais; só descobriu o negócio ao cobrar US$59. Boomerangme começou com Wallet + QR sem POS, mas descobriu que vender direto ao pequeno comércio exigia estratégia e suporte. As duas histórias punem a fantasia de “SaaS self-service” cedo demais. [S1 · S5]

- 2 · O que funciona: uma mecânica visível ao consumidor, ativação no mesmo dia, preço antes de automação e fundador falando com compradores. Referral Rock quase triplicou conversão com tela compartilhada; Boomerangme encontrou distribuição quando agências pediram white-label.
- 3 · O que não cabe no perfil: CRM, carteira completa de pontos, POS, payout automático, campanhas sob medida ou promessa de “24/7”. Hoje Referral Rock inclui advisor e Boomerangme oferece CSM, coaching e suporte 24/7 — sinais de que a categoria não é naturalmente low-touch.
- 4 · Teste recomendado: 5 salões premium, uma regra “indique e ganhe crédito depois da compra”, 200 convites e 14 dias. Passa apenas com ≥5 novos clientes pagos, ≥3 renovações a R$299/mês e <15 min/semana de operação por loja.

2 CASOS, COM MVP E PRIMEIROS CLIENTES

CASOS QUE DERAM CERTO LÁ FORA

REFERRAL ROCK · 500 usuários grátis não eram um negócio

ORIGEM	FUNDADOR	CAPITAL	PRIMEIRO PREÇO
EUA · 2014	**Josh Ho**	**Bootstrap + consultoria**	**US$59/mês · 2015**

Ideia e MVP: administração manual antes do painel

A faísca veio em 2013, quando Ho ouviu uma conversa sobre indicação numa concessionária e percebeu que programas famosos de Uber/Dropbox não eram acessíveis a negócios comuns. Ele registrou o domínio em dezembro e, em 2014, tocou o projeto à noite enquanto consultoria de software pagava as contas. A primeira versão reutilizava templates e código antigo. SurveyMonkey era o admin: o cliente informava logo, oferta e texto; Ho exportava CSV, convertia em arquivo ligado a um subdomínio e fazia mudanças à mão. Era deliberadamente feio e barato. [S1 · S4]

Primeiros usuários: distribuição pulverizada, sem “grande lançamento”

BetaList, contatos pessoais, antigos usuários do UberNote e diretórios trouxeram os primeiros testes. No primeiro semestre de 2014 havia pouco mais de 200 contatos; ao longo de cerca de 18 meses, mais de 500 empresas se cadastraram — todas grátis. O fundador estima que dedicava só 20 horas por mês. Isso mostrou interesse, mas não disposição a pagar nem canal escalável.

O ponto de verdade: paywall em uma noite

Em junho de 2015, após um amigo dizer que usuários grátis não formavam empresa, Ho conectou Stripe e exigiu pagamento para ativar programas. O primeiro pagante entrou em dois dias; foram quatro no primeiro mês. O preço era US$59/mês, com 14 dias de teste adicionados depois. Em poucos meses chegou perto de US$2 mil/mês e deixou a consultoria; no fim de 2015 eram 50 clientes, US$3 mil de MRR e duas pessoas-equivalentes distribuídas entre três colaboradores. [S1]

A descoberta incômoda: conversar vendia mais

O plano era self-service. Na prática, 20 minutos de chat viravam 5 minutos de ligação e tela compartilhada; em uma semana, falar com o comprador quase triplicou a conversão. Em fevereiro de 2016, uma prospect explicou que cada indicação valia milhares e que recompensas consumiam tempo. Ho criou um plano de US$250/mês por seis meses, com gift cards; ela aceitou. No fim de 2016, a empresa declarava 170 clientes, US$15 mil de MRR e 3,5 FTE. [S1]

RECEITA, TRAÇÃO E O CUSTO DO SUPORTE

REFERRAL ROCK · O NEGÓCIO QUE SURGIU DAS CONVERSAS

O crescimento continuou bootstrapped. Em 2019, o fundador reportou mais de US$70 mil/mês e equipe remota de 12–13 pessoas; em 2023, o Indie Bites apresentou o negócio como acima de US$2 milhões/ano. São relatos públicos, não demonstrações auditadas. A página atual declara 1.000+ clientes e propriedade independente. [S3 · S4]

Modelo atual e vantagem real

O plano atual custa US$250/mês, mês a mês, inclui 10 mil membros-base, links/códigos/QR, páginas, e-mails, integrações e um advisor que desenha recompensa, mensagem e implantação; não há taxa por indicação e existe trial de 14 dias. A vantagem não é “viralidade por IA”: é operar atribuição, recompensa e follow-up de ponta a ponta. O preço financia ajuda humana e reduz a insegurança de lançar algo que envolve dinheiro. [S2]

- Por que funcionou: MVP administrado à mão; cobrança antes de “pronto”; valor precificado pelo ganho do cliente; fundador transformou suporte em venda e depois em onboarding.
- Advogado do diabo: 500 contas grátis custaram 18 meses; ICP amplo gerou complexidade; churn só caiu com atendimento proativo. Copiar o software atual seria copiar também equipe, integrações e serviço.

BOOMERANGME · o comprador certo não era o lojista

ORIGEM	FUNDADOR	MVP	FUNDING
Leste Europeu / Delaware	**Mike Inishev**	**Wallet + QR · 6 meses**	**US$400k + US$1,5 mi**

Origem e primeiro produto: lealdade sem baixar aplicativo

Depois de 12 anos numa agência digital e burnout no lockdown, Inishev começou a construir, em 2020 segundo sua entrevista, uma solução para negócios dependentes de visitas recorrentes. As fontes também situam a fundação em 2019 e a C Corp de Delaware em 2021; a cronologia do fundador é inconsistente, então não cabe inventar precisão. Ele investiu recursos próprios, contratou dois desenvolvedores e levou cerca de seis meses ao MVP. [S5]

O wedge era claro: cartões de carimbo, cashback ou cupom em Apple/Google Wallet, adicionados por QR em segundos. O estabelecimento podia configurar uma promoção com 111 templates em cerca de 15 minutos e operar sem app do consumidor, POS ou CRM. Os primeiros clientes vieram depois do MVP, vendidos diretamente a cafés, pizzarias e salões no mercado doméstico; nomes e preços iniciais não foram publicados. Em 2023, o fundador citava cerca de US$150/mês mais adicionais por volume.

Canal: dois anos de SMB mostraram o custo escondido

A venda direta exigia que a equipe discutisse regra, campanha e estratégia com donos sem marketing estruturado. No AppSumo em 2022, agências norte-americanas pediram white-label para revender aos próprios clientes. A empresa adicionou recursos de reseller em aproximadamente um mês. Inishev declarou 3 mil licenças e US$300 mil líquidos em dois meses; em agosto de 2023, cerca de US$20 mil de MRR e 9–10% de crescimento mensal. São números do fundador e licenças vitalícias não equivalem a ARR. [S5]

A empresa anunciou pre-seed de US$400 mil e, em janeiro de 2025, rodada seed de US$1,5 milhão liderada pelo fundador da Semrush — rodada, não valuation. Para 2024, declarou 30 mil negócios conectados, 3 milhões de cartões, 1.800+ agências, US$800 mil de ARR e 4× YoY. Preços atuais começam em US$199/mês (negócio), US$259 (agência) e US$299 (franquia). A mesma página promete suporte 24/7, CSM e coaching: evidência de valor, mas alerta para operação solo. [S6 · S7]

- Por que funcionou: o consumidor não baixa app; o lojista ativa sem integração; agências já têm confiança e carteira para distribuir. A cunha é simples mesmo quando a empresa madura deixa de ser.
- Advogado do diabo: AppSumo trouxe caixa, reviews e sinal, mas licença vitalícia pode virar passivo de suporte. As métricas são declaradas pela empresa, e capital + CSM + coaching mostram que a escala não veio de uma operação realmente solo.

COPIAR A CUNHA E OS GATES, NÃO A SUÍTE

O QUE É COPIÁVEL NO BRASIL

> Copiar: uma regra, QR/link familiar, ativação no mesmo dia, recompensa só após venda confirmada, cobrança antes de automação e founder-led onboarding. Copiar depois: agência como canal somente quando cinco implantações diretas forem idênticas. Não copiar: wallet/POS obrigatório, CRM, app, catálogo de campanhas, payout, white-label customizado ou lifetime deal. No Brasil, WhatsApp pode ser o transporte inicial; isso ainda é hipótese, não conclusão.

1 PROPOSTA COMPLETA; A SEGUNDA SERIA INFERIOR

OPORTUNIDADES PARA MONTAR

INDIQUE & VOLTE · referral simples para salão premium

> Oferta em uma frase: “Em 14 dias, seu salão lança uma indicação por WhatsApp em que a cliente compartilha um link, a amiga ganha o primeiro benefício e a indicadora recebe crédito somente depois da venda — sem app, POS ou disparo automático.”

Cliente específico, dor observável e por que agora

Cliente: salão de beleza premium com uma unidade, 3–8 profissionais, ticket médio a partir de R$250, agenda recorrente e base no WhatsApp. Dor observável: indicações chegam como “vim pela Ana”, descontos são dados de forma ad hoc, ninguém sabe quem indicou quem nem qual recompensa ficou pendente. O negócio compra tráfego, mas não opera a confiança já existente. Por que agora: Referral Rock mostra a disposição a pagar por atribuição/recompensa; Boomerangme mostra que QR sem app reduz atrito. Nenhuma fonte prova demanda brasileira — por isso o primeiro produto é o teste pago.

MVP concierge para uma pessoa

- Uma regra: a amiga recebe, por exemplo, R$30 no primeiro serviço; a indicadora recebe R$30 em crédito só após pagamento confirmado. Valores são definidos e financiados pelo salão; nada de carteira, pontos ou saque.
- Fluxo: planilha gera link/código por cliente; salão envia manualmente a 40 clientes recentes com relação prévia; a cliente compartilha; a amiga preenche nome/telefone e abre o WhatsApp do salão; recepção marca “pago” num formulário curto.
- Entrega semanal: Jay reconcilia indicações, envia lista de créditos válidos e relatório de convites, compartilhamentos, leads, vendas e margem. Coletar só dados necessários, consentimento claro e exclusão ao fim do piloto.
- Stack mínima: Tally/Fillout, Google Sheets/Airtable, página estática, domínio curto, analytics e deep link wa.me. Zero API oficial do WhatsApp, agenda, POS, payout, IA ou integração no piloto.

Como obter os primeiros 10 clientes

Mapear 50 salões do Rio e São Paulo com WhatsApp visível, avaliações recentes e sinais de ticket premium. Fazer 30 abordagens personalizadas e 10 demos usando dados públicos do próprio salão; fechar cinco pilotos diretos. Pedir uma introdução a outra dona apenas depois de mostrar venda atribuída e completar os dez por indicação. Anúncio e parceria com agência antes disso só terceirizam a aprendizagem.

Preço, margem e limite para não virar agência

Preço-teste proposto — não benchmark: R$290 pelo piloto de 14 dias, creditado no primeiro mês; depois R$249–399/mês por unidade, recompensas pagas pelo salão. Meta de margem bruta após automação: 85%+; no concierge será menor. A R$299, isso permite no máximo R$44,85 de custo direto. Com R$10 de infraestrutura e hora operacional a R$120, sobram apenas 17,4 minutos de trabalho humano por cliente/mês. Se o programa exigir campanha nova todo mês, o preço não fecha.

PILOTO	RECORRÊNCIA	MARGEM-ALVO	TETO HUMANO
R$290 · 14 dias	**R$249–399/mês**	**≥85% após automação**	**17,4 min/mês a R$299**

Risco, suporte provável e motivo para NÃO fazer

Risco principal: fraude/duplicidade, benefício maior que a margem ou recepção sem disciplina para confirmar venda. Suporte provável: médio no começo; só cai se houver uma regra, um template e uma tela de confirmação. Não fazer se cada salão pedir arte, segmentação, campanhas, regras por profissional, integração de agenda ou payout. Referral Rock precisou de advisor e Boomerangme migrou para agências justamente porque “só o software” não bastou. A Casa com coisas, com ticket informado de R$100, não é primeiro ICP sem provar margem e bundle maior.

Teste de 14 dias e portão objetivo

Em 5 salões, convidar 40 clientes recentes por unidade (200 no total). Registrar envio, compartilhamento, lead inédito, primeira compra paga, margem, recompensa e minutos de operação. PASSA somente com ≥20 clientes compartilhando, ≥10 leads inéditos, ≥5 primeiras vendas pagas, 100% dos créditos reconciliados, <15 min/semana por salão e ≥3 de 5 renovando a R$299/mês. FALHA em qualquer gate: não adicionar IA, automação ou integração para resgatar a ideia.

Baixo capital	Operação solo	Automação	Recorrência	Suporte baixo
9/10	**8/10**	**8/10**	**8/10**	**5/10**

NECESSIDADE ANTES DO PRODUTO

RADAR DAS ENTREVISTAS

VALIDA: na única entrevista, a loja tem contato de ~60% dos clientes, grupo VIP gera vendas, existe interesse em cashback e WhatsApp é o canal operacional. REFUTA / NÃO VALIDA: vendedores nem sempre cadastram, as sócias não têm tempo, ticket informado é R$100 e não há contagem de indicações, recompra perdida, margem recuperável ou disposição a pagar. Isso é curiosidade por fidelidade, não prova de referral SaaS.

As duas perguntas da próxima entrevista

- 1. “Nos últimos 30 dias, quantos clientes novos disseram ‘vim por indicação’? Mostre as cinco vendas mais recentes no WhatsApp/Zaal: quem indicou, valor, margem, benefício dado e quanto tempo levou para registrar.”
- 2. “Abra a última ação do grupo VIP. Quantas pessoas receberam, responderam e compraram; qual foi a margem e quantos minutos de trabalho exigiu? O que concretamente impediu repetir?”

TODOS PRESENCIAIS, PUBLICADOS E FUTUROS EM 31/10

FEIRAS E EVENTOS — RIO/SP

IR, COM AGENDA · RIO MARKETPLACE SUMMIT 2026

07/11, 08h–18h · Mirador Rio Copacabana, Rua Tonelero 338 · Rio
Sympla confirma publicado, pago, aberto e não cancelado; o checkout está ativo, mas o valor não apareceu no HTML/hydration público desta checagem. Pauta: Mercado Livre, Amazon, Shopee, TikTok Shop e Shein. Objetivo: 15 conversas com sellers sobre acesso aos dados do comprador, follow-up pós-venda e recompra fora do marketplace. Buscar operadores e consultorias; ignorar logística/estoque como tese. Ir somente após confirmar preço e ≥10 conversas. [S8 · inscrição]

CONSIDERAR · EMTECH BRASIL 2026

16–17/11, 09h–18h · iBT, Av. Brig. Luís Antônio 277 · São Paulo
Inscrição paga e aberta; preço não exposto no HTML público capturado. A edição promete IA, chips, energia, saúde e decisão executiva, com 70+ speakers — escopo amplo. Objetivo: falar com cinco builders de agentes/infra e testar se existe comprador para automação comercial enxuta. Só ir com reuniões marcadas e valor compatível; não é campo primário de lojistas. [S9 · inscrição]

CONSIDERAR 1 DIA · CASE 26 · ABSTARTUPS

26–27/11 · FEA-USP, Av. Prof. Luciano Gualberto 908 · São Paulo
Evento gratuito, presencial, publicado e aberto; pauta inclui IA, startups, internacionalização, feira, mentorias e rodadas. Objetivo: oito founders bootstrapped e três agências com carteira de comércio local; validar canal, onboarding e limite de suporte. Público amplo: sem agenda prévia, ignorar viagem. [S10 · inscrição]

ATÉ 3 MUDANÇAS COM USO PRÁTICO

IA & HERMES

TESTAR · Hermes Agent v0.22.5 (22/10)

Patch estável com 81 PRs desde v0.22.4: sign-in refeito, atualização mais segura, planos com janelas de uso, delegation por mapa de modelos/perfis, import-agent, mcp serve, instalação de plugins e correções de gateway/Claude longo. A instalação ativa deste job reporta v0.19.0 + 1 commit local; o salto é grande. Decisão: testar em perfil/cópia isolada com um cron, uma entrega e rollback; não atualizar nem mudar configuração neste radar. Versus GPT-5.6 Sol: melhora o runtime, não a inteligência do modelo. [S11]

TESTAR · OpenAI Decisions API (GA em 22/10)

Endpoint para decisões limitadas — probabilidade, escolha ou score — com texto, imagem ou JSON e até 400 perguntas por request. A OpenAI declara até 10× a velocidade do GPT-6 Luna via Responses; custa US$0,10/M tokens de entrada, US$0,01/M em cache e não cobra saída. Use em roteamento/classificação repetitiva, nunca para pesquisa aberta. Versus Sol: manter GPT-5.6 Sol no raciocínio e testar Decisions só onde existe rubrica fechada e conjunto de erros conhecido. [S12]

ESPERAR / EVAL CURTA · Claude Haiku 5.5 (07/10)

Modelo pequeno para classificação, extração, resumo, compaction e subagentes. Até 100 mil tokens de prompt, preço oficial parte de US$0,10/M input e US$0,50/M output; acima disso sobe. Anthropic o posiciona como o mais rápido, mas os benchmarks são do fornecedor. Versus Sol: não trocar o modelo principal. Só vale um A/B de 30 tarefas auxiliares — custo, latência e taxa de correção humana — depois de estabilizar o runtime Hermes. [S13]

ORDEM DE EXECUÇÃO

3 AÇÕES PARA O JAY

1 · 02–04/11 — medir o problema antes da demo. Entrevistar 8 salões premium com as duas perguntas acima; avançar somente se 5 mostrarem ≥3 vendas de indicação/mês e falha concreta de atribuição/recompensa. Registrar margem e minutos, não opinião.

2 · ATÉ 06/11 — cobrar pelo teste. Montar uma página estática e formulário; oferecer 5 pilotos a R$290, sem desconto por “feedback”. Se menos de 3 pagarem, parar antes de código. Nenhum CRM, bot, Wallet, POS ou payout.

3 · 07–21/11 — executar e decidir. Usar o Rio Marketplace como campo apenas com preço confirmado e 10 reuniões; em paralelo, rodar o piloto nos cinco salões. No dia 21, aplicar os seis gates literalmente: continuar, redesenhar ICP ou matar — sem adicionar feature para explicar fracasso.

FONTES · links checados em 31/10/2026, 09:01–09:10 BRT

S1 Referral Rock — história do fundador, beta→negócio — referralrock.com/blog/full-referral-rock-story
S2 Referral Rock — preço atual e escopo do plano — referralrock.com/pricing
S3 Referral Rock — empresa atual / 1.000+ clientes declarados — referralrock.com/about
S4 SaaS Club — entrevista com Josh Ho — saasclub.io/.../referral-rock-bootstrapped-saas-217
S5 UserActive — entrevista com Mike Inishev — useractive.io/articles/burnout-to-saas-growth
S6 Boomerangme — preços e suporte atuais — boomerangme.com/pricing
S7 Boomerangme — rodada e métricas declaradas de 2024 — boomerangme.com/blog/.../raises-1-5m
S8 Rio Marketplace Summit — inscrição oficial — sympla.com.br/evento/.../3554834
S9 EmTech Brasil 2026 — inscrição oficial — sympla.com.br/evento/.../3619280
S10 CASE 26 — inscrição oficial — sympla.com.br/evento/.../3460145
S11 Hermes Agent v0.22.5 — release oficial — github.com/NousResearch/hermes-agent/releases/tag/v0.22.5
S12 OpenAI — Decisions API — openai.com/index/decisions-api
S13 Anthropic — Claude Haiku 5.5 — anthropic.com/claude-haiku-5-5
S14 Campo — contexto-pesquisa.md (registro interno; uma entrevista, sem inferir demanda ou produto pronto).