App de corrida do interior desafia os gigantes da mobilidade

Após anos de experiência com gestão de aplicativos de corrida, o empreendedor Leandro Oliveira, de Passo Fundo, observou que, apesar de gigantes e consenso nas capitais, Uber e 99 não ganham espaço no interior. Por isso, adquiriu, no segundo semestre deste ano, a rede **MobyGo**, aplicativo brasileiro de mobilidade urbana criado em 2018 e que opera por meio de um sistema de franquias em mais de 25 cidades pelo Brasil.

O sistema registra mais de 30 mil corridas mensais e, segundo o novo proprietário, repassa taxas menores aos motoristas — por volta de 17% —, que consequentemente lucram mais.

"A gente oferece um preço bom para o passageiro e uma taxa bem pequena para o motorista, justamente para atrair o público e fazer com que o motorista trabalhe satisfeito. É uma taxa bem simbólica no mercado, porque, se você pega os grandes concorrentes, eles chegam a cobrar até 40% numa corrida", explica Leandro, que, no final de outubro, venceu a concessão para operar nos aeroportos Lauro Kortz, em Passo Fundo, e Sepé Tiaraju, em Santo Ângelo, adquiridos desde julho pela ON8, empresa do ECB Group que investiu R$ 102,23 milhões nos terminais.

"A gente vai ter um bolsão para a MobyGo nos aeroportos, com motoristas fixos, trajando camisa polo", projeta o empresário, que também instalará totens digitais nos locais.

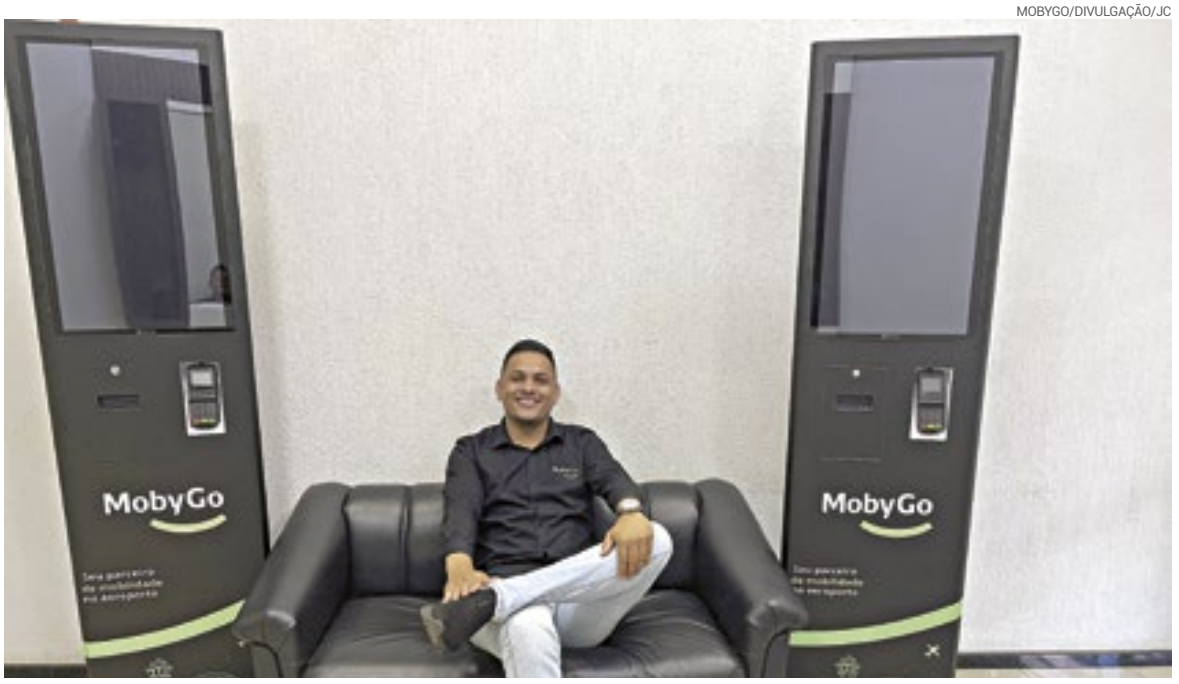
Modelo de franquias

A empresa se sustenta em um modelo de franquias descentralizado, em que o franqueado obtém licença para operar na cidade. A taxa para municípios do interior é de R$ 18 mil, enquanto nas capitais o valor investido é de R$ 35 mil. Leandro diz que é possível gerenciar a operação até mesmo estando em outra localidade, já que a matriz oferece suporte de TI e atendimento para demandas 24 horas.

Para ser viável, o modelo de negócio da marca funciona com uma taxa mínima mensal que, se ultrapassada, passa a cobrar R$ 0,65 em royalties por corrida.

"A gente dá todo o suporte sobre a plataforma, então essa taxa mínima serve para manter a franquia no ar, dar manutenção e atualizações. Nossa intenção não é cobrar um valor muito alto, porque, lá na frente, ele ganhando, eu ganho também: o sucesso dele é o meu sucesso", afirma Leandro,

MOBYGO/DIVULGAÇÃO/JC



Leandro Oliveira adquiriu a MobyGo em 2026 e opera concessões em aeroportos no interior do Estado

que dispõe de 330 motoristas somente somando Passo Fundo e Marau, na Região Norte, com mais de 20 mil usuários ativos.

Foco nos desertos de mobilidade urbana

O foco da expansão segue sendo municípios entre 35 mil e 100 mil habitantes, e o motivo, de acordo com ele, é o deserto da mobilidade urbana privada.

"A gente foca em interiores, porque é muito mais fácil de se instalar, pois quase não funciona Uber. Vale mais a pena brigar com um concorrente local do que com os grandes aplicativos do mercado", entende o empreendedor.

Além do transporte tradicional de passageiros, a plataforma aposta na diversificação de serviços para atender demandas específicas do interior. Entre os destaques estão o MobDelas — modalidade com corridas exclusivas entre mulheres e verificação via CPF —, o MobPets, voltado ao transporte de animais de estimação, e serviços de tele-entrega MobEntrega e Flash.

Hoje, a MobyGo ultrapassa as fronteiras do Rio Grande do Sul e atua também em Santa Catarina, Paraná, Goiás, Minas Gerais, Mato Grosso do Sul e Bahia. A meta de Leandro é chegar a 100 franquias até 2027, dominando o mercado do interior ao eliminar barreiras tecnológicas e oferecer uma estrutura pronta de gestão para o novo investidor.

Startup usa o "estilo Tinder" para aproximar candidatos e vagas operacionais

"Para contratar engenheiro ou gerente, tem Gupy, LinkedIn, mas onde é que eu contrato a costureira, o soldador?", provoca André Fernando Ferreira, fundador do **Grimpei (@grimpei.app)**, startup de impacto social que conecta empresas e profissionais atrás de vagas operacionais. Criado em 2025, em Campo Bom, o aplicativo é um spin-off da Loftytec — empresa de softwares e inteligência industrial que ele comanda ao lado da esposa, Renata Lopes de Souza.

André comenta que a ideia surgiu ao perceber um descompasso no mercado de trabalho. Enquanto o segmento corporativo se digitalizava com ferramentas de recrutamento avançadas, o recorte da mão de obra operacional continuava preso a métodos arcaicos, com ambas as partes tendo que recorrer a jornais, panfletos ou até mesmo a carros de som pela cidade.

Match sem digitar

"Não faz sentido a pessoa querer procurar um emprego novo e não saber que tem uma vaga a duas, três quadras da casa dela", defende André, que busca resolver essa dor com uma interface intuitiva — estilo Tinder —, na qual a navegação é baseada em gestos para dar match entre o perfil do candidato e as oportunidades disponíveis.

A simplicidade da ferramenta atende ao foco social da startup, voltado a reduzir as barreiras de acesso ao mercado de trabalho para candidatos que enfrentam dificuldades com o letramento digital. Em vez de digitar, o candidato pode gravar respostas em áudio, que são transcritas em texto para o recrutador.

"Para o RH, fica no formato padrão que ele precisa, mas para a pessoa fica de uma forma facilitada", destaca André, ressaltando que, para o candidato, o aplicativo é e sempre será gratuito.

"Quando as primeiras pessoas foram contratadas, deu um calorzinho no coração ver que estamos melhorando a vida de cada uma delas", diz orgulhoso.

O empreendedor comenta que o Grimpei precisa de austeridade, e por isso oferece diferentes modalidades para médias e grandes empresas,

STARTANDO/REPRODUÇÃO/JC



André Fernando Ferreira criou o Grimpei para gerar conexões

como Arezzo e Piccadilly. Para quem deseja testar, custa R$ 129,90 por vaga publicada, com texto, fotos e vídeo exibidos no feed do candidato mais o agendamento de entrevistas. Já para quem contrata sempre, o investimento é a partir de R$ 300,00 mensais, sendo possível lançar posições ilimitadas, gerir as métricas de candidatos com dashboard, chat e agenda integrados, além de prioridade no suporte.

Apesar de jovem, o aplicativo já vem sendo reconhecido no cenário gaúcho. Ainda em 2025, o Grimpei ficou em primeiro lugar no BRDE Labs RS e foi finalista do StartupLab Fecomércio 2025. A entidade que representa as empresas do comércio de bens, serviços e turismo do Estado fechou uma parceria com a startup para distribuir a plataforma com desconto aos associados e, em contrapartida, apoiar na divulgação da ferramenta.

"A nossa ideia é cobrir todo o Rio Grande do Sul até 2026. Isso agiliza bastante a parte comercial e impulsiona a nossa expansão pelo Estado", acredita. Depois de se consolidar no Estado, a meta de André é crescer gradualmente: o plano é mirar primeiro Santa Catarina e Paraná, para depois alcançar abrangência nacional. No futuro, André não descarta movimentações mais arrojadas, como a aquisição do aplicativo por um grupo maior.

"Temos a ideia de, no futuro, talvez ser comprados por uma empresa grande, mas se isso não acontecer, tudo bem. A nossa intenção é tocar o negócio e ser o mais próspero possível", projeta.

Essa estratégia de expansão se apoia no contato direto com a realidade do mercado de trabalho e na validação do produto no dia a dia, como aconteceu neste ano no Gramado Summit.

"Uma senhora da limpeza veio até o nosso estande e nos falou que não era justo o filho procurar emprego sentado no sofá pelo telefone enquanto ela levava currículo de porta em porta. Queremos evitar justamente essa desigualdade", argumenta.