

Empresa oferece passeios para cães sob metodologia própria na Capital

Da vontade de fazer renda extra e da convergência com necessidades de tutores de pets surgiu a **Cusko Passeadores de Cães (@cusko.passeadores)**. A iniciativa, que promove passeios para cachorros, opera nos moldes atuais desde as enchentes de 2024, totalizando mais de 1 mil passeios realizados por mais de 40 passeadores formados sob metodologia própria.

Henrique Proença, 28 anos, é o nome à frente do negócio. Como estratégia de conseguir renda extra, o estudante de fisioterapia iniciou no ramo de passeios de cães como passeador autônomo, completando mais de quatro anos em atividade.

A virada de chave para o empreendimento ocorreu a partir das enchentes de 2024, quando ele atuou na linha de frente, principalmente em abrigos de animais.

Por conta do momento difícil que o Estado passava, ele perdeu boa parte das oportunidades de serviço e clientes. "Precisei me reerguer na enchente, resgatando cachorros e conquistando novos clientes", conta.

Foi a partir da divulgação do seu trabalho e atuação nessa linha de frente que muitos amigos universitários se interessaram em ajudá-lo a retomar o negócio no ramo de passeios. As demandas foram divididas entre diferentes pessoas, fazendo com que ele percebesse uma oportunidade de transformar a atividade em algo maior, indo contra o formato competitivo e individualista que percebia quando iniciou o serviço.

"Quando busquei apoio de outros profissionais, fosse para oferecer meus serviços como

passeador ou simplesmente para entender melhor como funcionava o setor, recebi muitos 'nãos'. Percebi que o mercado me enxergava mais como um concorrente do que como alguém interessado em aprender e contribuir", detalha.

Modelo orgânico

Para Henrique, foi justamente a dualidade de dois tipos de necessidades que guiou o modelo de negócios da Cusko.

De um lado, pessoas que possuem cães, mas passam grande parte do dia fora de casa, trabalhando, estudando ou cumprindo com suas obrigações. Esse grupo se beneficia a partir de muitos estudantes universitários em busca de uma fonte de renda extra compatível com suas rotinas acadêmicas. Segundo Henrique, cerca de 80% dos passeadores que trabalham com a Cusko são compostos por esse público de jovens estudantes. Atualmente, essa parceria é firmada em modelo de prestação de serviços.

"Quem gosta de passear na Cusko vai divulgar a Cusko para outras pessoas. É muito orgânico", conta. Ele explica que os passeadores aumentam, principalmente, conforme as demandas por localidade, em um modelo em que o empreendedor implementou um banco de interessados em realizar passeios.

Os prestadores de serviço selecionados pela organização são capacitados com um curso desenvolvido a partir de uma metodologia própria, idealizada conforme a experiência de Henrique ao longo de muito tempo no ramo.

"Por conta do curso, a gente



Henrique Proença é o empreendedor à frente da Cusko, que conecta passeadores a tutores de animais

consegue padronizar mais o serviço, tendo mais tranquilidade. Os passeadores ganharam a camiseta oficial da Cusko, a guia de passeios, a coleira, a cordinha de passeio, que tem 5 metros", detalha.

Depois do teste de diversas metodologias, a formação dos passeadores está estruturada dentro de uma plataforma de gestão de cursos, com oferecimento gratuito aos passeadores escolhidos.

Henrique explica que o treinamento interno prioriza a padronização da experiência do cliente através dos processos, contemplando cachorros de todos os portes e raças.

Os passeios são acompanhados com compartilhamento de localização em tempo real por GPS, existindo o número máximo de três cães por passeador. O empreendedor salienta que sempre que possível o tutor conta com o mesmo passeador

no atendimento, aumentando vínculo e confiança.

"Temos cinco passeadores no momento e estamos em constante expansão. A gente está falando de uma equipe que já teve 40 pessoas treinadas", detalha.

Estratégias de Crescimento

Após um longo período de operações, em 2025 a Cusko interrompeu seus serviços por seis meses. Henrique conta que o momento teve ligação direta com os estudos e com a dificuldade de conciliar a vida universitária com um empreendimento.

"Nessa pausa que a gente fez, todos os dias a gente recebia mensagens de clientes, passeadores, querendo participar do curso, querendo entender a função dos parceiros", detalha. O empreendedor explica que a empresa voltou mais estruturada e com estratégias de crescimento.

A marca já teve experiências fora do meio local da Capital e do Estado.

"A gente conseguiu atingir pessoas de fora, o que deixou a empresa mais visível no mercado." No momento, a empresa busca por um sócio estratégico que possa contribuir para uma expansão em mais cidades. "Onde tem estudantes e tutores, tem potencial para a Cusko", conta.

Serviços e contato

Os pacotes de passeio da Cusko podem variar de acordo com a necessidade do cliente, mas partem de opções mensais, que variam de R\$ 35,00 a R\$ 55,00 por passeios com cachorros de todas as idades, raças e portes.

A contratação dos serviços da Cusko e o contato para novos passeadores são realizados via WhatsApp, pelo número (51) 99640-1510.

Farmácias São João entra na corrida do segmento com linha própria

Grandes players do mercado também estão entrando com tudo no ramo pet, provando a força do segmento. Em março deste ano, a **Rede de Farmácias São João** lançou uma linha dedicada ao cuidado dos animais de estimação. Nomeada como São João Pet, a coleção abrange diversos itens e foi idealizada a partir da observação de uma nova conduta dos clientes, que demandavam produtos desse segmento.

"Enxergamos um forte crescimento do mercado pet e na mudança no comportamento do consumidor, que passou a considerar os animais de estimação como membros da família", explica Marco Machry, diretor de

compras do grupo farmacêutico.

Ao identificar essa oportunidade, Marco esclarece que o lançamento, além de fortalecer a marca, nasceu com o intuito de oferecer produtos com qualidade, preços mais justos e que, claro, atendessem às necessidades dos tutores de pet.

O mix inicial criado pela farmácia inclui ração para gatos adultos e castrados, em pacotes de 1 kg que saem por R\$ 22,90, além de opções para cachorros filhotes, de raças pequenas, médias e grandes, pelo valor de R\$ 19,90.

Além da comida, aposta na higiene e estética

A São João Pet também

incorporou itens essenciais para facilitar o dia a dia dos tutores no que se refere à manutenção da limpeza diária e ao controle de odores.

Custando R\$ 24,90, a areia higiênica, de 4 kg, é o item mais vendido da linha até então, seguido do tapete higiênico, disponível em versões com sete e 30 unidades, respectivamente, por R\$ 24,90 e R\$ 69,90.

Além desses itens, a partir de R\$ 19,90, a rede farmacêutica desenvolveu produtos voltados ao banho e à estética de cães e gatos, categoria que possui a maior variedade da linha São João Pet.

Entre os produtos estão colônia, hidratante para patinhas

e focinho, condicionador, shampoo 2 em 1 e banho a seco, alternativa que dispensa o uso de água e enxágue, oferecendo praticidade no dia a dia ou em situações emergenciais.

Conveniência e mix de produtos em um mesmo lugar

Como observa o diretor de compras da Rede de Farmácias São João, o canal farma vem ampliando seu papel como um ponto de conveniência, aberto a novas mercadorias, como a categoria pet, que acompanha essa transformação.

"Iniciamos o projeto com os produtos mais procurados pelos nossos consumidores, atendendo às principais neces-

sidades dos tutores", esclarece Marco.

O diretor afirma, ainda, que a linha estuda novos itens e poderá ser ampliada conforme a demanda.

Segundo Marco, a expectativa em relação ao segmento pet é bastante positiva, aliada à comodidade esperada pelo cliente ao entrar em uma loja do varejo.

"Os consumidores querem resolver diversas necessidades em um único estabelecimento", percebe o diretor de compras do grupo farmacêutico, que, de olho em outras redes do mesmo segmento, constata o potencial de crescimento desse conceito de conveniência.