

MINUTO VAREJO

Com origem na rodoviária da Capital, Petiskeira vai abrir fora do RS

Rede gaúcha, com mais de 40 anos, começa expansão pelo País com operação própria

Patrícia Comunello

patriciacomunello@jornaldocomercio.com.br

Uma das marcas de restaurante mais tradicionais de Porto Alegre, que começou na rodoviária da Capital há mais de 40 anos, vai subir o País. Isso mesmo. A Petiskeira vai abrir a primeira unidade fora do Rio Grande do Sul. Vai pular Santa Catarina, pelo menos desta vez, para desembarcar em um dos shopping centers de Curitiba, capital do Paraná.

O investimento na operação, que deve abrir em maio, será de R\$ 4 milhões. “A escolha da capi-

tal paranaense foi pela afinidade com o conceito de comfort food, além do perfil exigente do público local”, explica, em nota, Ângelo Meneghetti, sócio-fundador da casa. Este ano tem mais unidade para abrir. Uma será no Zaffari Hípica, na Zona Sul de Porto Alegre, no primeiro semestre. Estão em estudo mercados de Balneário Camboriú (SC) e São Paulo.

“Teremos um ano desafiador com a consolidação das novas unidades e o avanço pelos outros estados”, projeta o sócio-proprietário. O negócio familiar informou, em nota, que a loja será no ParkShopping Barigui e será a primeira de uma expansão que deve ir para outros estados, mas mantendo a característica de propriedade, sem franquias. A Petiskeira se consagrou com o



Projeto mostra como vai ser a primeira unidade da marca no ParkShopping Barigui, em Curitiba

cardápio de comida simples que atrai crianças a adultos e pelos famosos anéis de cebola frita à milanesa.

Quando surgiu na rodoviária, em 1984, a marca queria dar conta da necessidade de “servir comida saborosa com agilidade”, recordam os proprietários. No começo, a unidade servia mais fast-food. Depois, o menu ganhou pratos à la carte. “Essa foi a principal virada de chave e

que caracteriza o modelo atual, a entrada nos shopping centers”, acrescentam. O IguatemiPOA teve a primeira neste tipo de empreendimento, com duas unidades hoje, sendo que a maior sempre tem fila em horários de maior demanda, como almoço. “Por sermos um restaurante destino, somos, muitas vezes, uma das operações âncora de lugares que estamos presentes”, comenta Meneghetti, também

na nota. Hoje são mais de 500 funcionários e mais de 1,7 milhão de clientes por ano nas nove lojas - Porto Alegre (BarraShopping-Sul, Praia de Belas, Paseo Zona Sul, Bourbon Ipiranga, Iguatemi, Iguatemi Grill e Express), Canoas (ParkShopping Canoas) e Caxias do Sul (Villagio Caxias). Segundo a marca, o faturamento foi de mais de R\$ 100 milhões em 2025. Para 2026, a meta “é superar R\$ 120 milhões”.

Centro-Oeste puxa nova fase de crescimento da Farmácias Associadas

Enquanto as gaúchas gigantes de varejo de farmácia, São João e Panvel, ganham mais mercado no Sul e até mesmo São Paulo, uma rede consagrada pela integração de empresas amplia terreno no Centro-Oeste

do Brasil. É a Farmácias Associadas, que já tem cerca de 2 mil lojas, sendo por volta de 700 delas já na região mais central do País. A rede pisou na nova fronteira em 2018.

As unidades no Mato Gros-

so do Sul, Mato Grosso, Goiânia e Brasília tiveram aumento de 50% e já chegam a faturamento de R\$ 1,3 bilhão, segundo a marca, cifra que se refere a compras diretamente com os fornecedores, indústria e distribuição. A

região representa 38% da receita da Associadas, 16% mais que a de 2024, segundo a direção repassou à coluna Minuto Varejo. A relevância da região também fez jus a outro movimento recente. A direção fincou pé no Centro-Oeste com escritório para dar conta das demandas. Foi instalada a primeira sede administrativa, em Goiânia, capital de Goiás.

Além disso, também foi realizada uma rodada do Business Meeting em Goiânia, no começo de março, movimentando R\$ 60 milhões em negócios, alta de 11% em relação ao mesmo evento de 2025. O mesmo meeting vai acontecer em Porto Alegre esta semana. A rede soma mais de 12 mil empregos diretos. Para 2026, a marca projeta ampliar faturamento e chegar a 2,3 mil unidades. Para 2027, a meta é superar esse número.

“A rede realiza os encontros sempre neste período, com o objetivo de gerar benefícios aos seus associados que podem realizar boas compras antes da alta dos preços dos medicamentos que ocorre tradicionalmente

em abril”, explica a direção, em nota. “A região Centro-Oeste passou a ter peso estratégico equivalente ao Sul para nós. A abertura da sede integra nossa estratégia de crescimento estruturado, oferecendo base operacional para que farmácias independentes ampliem competitividade e escala, mantendo proximidade com o consumidor. Nossa meta é dobrar o número de lojas no estado até o fim do ano, cumprindo a projeção de fechar 2026 com 2,3 mil lojas no país”, afirma, na nota, o presidente da Farmácias Associadas, Ben Hur Jesus de Oliveira, reeleito em 2025 para o cargo.

O Business Meeting integra a estratégia de fortalecimento do modelo associativo no setor farmacêutico. Ao ingressar na rede, farmácias independentes passam a contar com compras coletivas, melhores condições comerciais, suporte em marketing, capacitação técnica, ferramentas de gestão e assessorias jurídica e contábil, fatores que ampliam a competitividade frente às grandes redes nacionais.



Farmácias com a marca se multiplicam pela região, nova fronteira para concorrer no varejo farmacêutico