

A EFICIENCIA DO MODELO DE FRANQUIAS: O CASE GiRAFFAS CAMBORIU

Por Aino Francisco Loterio

Agronomista | Palestrante | Consultor | Diacono Permanente | Camboriu-SC

INTRODUCAO: A EFICIENCIA COMO DIFERENCIAL COMPETITIVO

A alimentacao fora do lar e um dos setores mais dinamicos da economia brasileira. Nesse cenario, o modelo de franquias tecnificadas tem se consolidado como um instrumento de eficiencia operacional, previsibilidade financeira e expansao nacional. O franchising de alimentacao registrou, apenas no quarto trimestre de 2025, receitas da ordem de R\$ 15,3 bilhoes, com crescimento de quase 10% em relacao ao periodo anterior, evidenciando a robustez estrutural desse formato de negocio.

A chegada do GiRAFFAS a Camboriu, por meio da Loterio Empreendimentos, insere a cidade catarinense em um ecossistema de escala nacional com raizes profundamente brasileiras. Compreender a logica economica e cultural que sustenta esse modelo e, ao mesmo tempo, reconhecer o significado estrategico dessa implantacao para o municipio sao os propositos centrais do presente artigo.

A ENGRENAGEM INTERNA DO MODELO DE FRANQUIAS

O modelo de franquia tecnificada e desenhado para mitigar o erro humano e a variabilidade operacional. Ao contrario do que o senso comum poderia sugerir, a eficiencia de uma franquia de alimentacao nao reside apenas na velocidade do atendimento, mas na arquitetura logistica que sustenta cada prato servido.

O controle de desperdicio proximo a zero e um dos pilares mais significativos dessa arquitetura. Os alimentos chegam processados, congelados ou porcionados de cozinhas centrais ou de fornecedores homologados com precisao de peso exato. Se uma unidade vende cem combos em determinado dia, ela utilizou exatamente cem porcoes, nem mais nem menos. O descarte por sobra ou por vencimento de validade e baixissimo, porque a cadeia de conservacao, composta por ultracongeladores e estufas com timer, e rigorosa e auditavel.

Essa dinamica contrasta diretamente com o modelo tradicional de buffet por quilo, cujo maior custo oculto reside no chamado desperdicio de cuba. Para que o buffet pareca atraente ao cliente, ele precisa estar visualmente repleto ate os momentos finais do servico, gerando descarte inevitavel de alimentos que, embora em condicoes adequadas de consumo, precisam ser descartados por normas sanitarias ou por perda de qualidade visual. O custo desse desperdicio e sistematicamente embutido no preco do quilo pago pelo consumidor.

A questao da mao de obra, muitas vezes subestimada nas analises superficiais, revela uma inversao importante: a franquia tecnificada gasta menos com mao de obra qualificada por prato

escalado. O processo operacional é tão simplificado, por meio de cronômetros, chapas automáticas e montagem em linha, que o treinamento é rápido e o funcionário opera em alta produtividade. Uma equipe enxuta e capaz de montar um grande volume de pratos em ritmo contínuo e previsível.

O CASO GiRAFFAS: BRASILIDADE COMO ESTRATEGIA DE MERCADO

Fundado em 1981 no Distrito Federal por Carlos Guerra e Ivan Aragão, então estudantes da Universidade de Brasília, o GiRAFFAS nasceu da recuperação de uma lanchonete em estado pré-falimentar e cresceu a partir de um ingrediente que nenhuma multinacional do fast-food conseguiu replicar com autenticidade: o sabor do feito em casa, materializado na combinação de arroz, feijão e proteína preparados com alho e cebola frescos.

A adoção do sistema de franquias em 1991 transformou esse produto cultural em um modelo replicável e escalável. Hoje, com mais de 420 unidades espalhadas por 25 estados brasileiros e no Distrito Federal, além de operações internacionais no Paraguai e nos Estados Unidos, o GiRAFFAS é reconhecido como a maior rede genuinamente brasileira de refeições completas, ocupando a quinta posição no ranking Kantar Fast Food Brand Footprint e figurando entre as 50 maiores franquias do Brasil segundo a Associação Brasileira de Franchising.

Em 2024, a rede atingiu um marco histórico ao superar R\$ 1 bilhão em faturamento anual, representando crescimento de 10,3% em relação ao exercício anterior. São mais de 70 mil clientes atendidos diariamente, com consumo anual superior a 2 mil toneladas de arroz e 1.800 toneladas de feijão. Esses números traduzem não apenas viabilidade financeira, mas também o papel cultural da marca: o GiRAFFAS é a maior vendedora de arroz e feijão nas pracas de alimentação do país, posição que transcende o mercado e alcança a dimensão do símbolo nacional.

O cardápio conta com mais de 200 opções tipicamente brasileiras, atendendo diferentes gostos, faixas etárias e momentos do dia. Essa diversidade não é acidental: ela resulta de um processo de desenvolvimento conduzido por equipe especializada em pesquisa e desenvolvimento alimentar, com curadoria permanente do portfólio e flexibilidade para substituição de pratos conforme demanda regional.

LOGÍSTICA DE ESCALA E PROTEÇÃO DO FRANQUEADO

Um dos diferenciais mais estratégicos do modelo GiRAFFAS é a logística centralizada, sustentada por parcerias com o maior operador logístico do Brasil. Essa estrutura garante que uma unidade inaugurada em Camboriu, no litoral catarinense, opere com os mesmos custos de insumos e a mesma estabilidade de fornecimento que uma unidade estabelecida em São Paulo ou Brasília. O franqueado fica blindado das flutuações diárias do mercado local de hortifruti e carnes, um dos maiores riscos do empreendimento independente de alimentação.

O porcionamento rígido, com carnes, frangos e acompanhamentos chegando padronizados às unidades, elimina o tempo de manipulação na cozinha e zera a quebra de estoque por erro de corte ou pesagem. A cozinha de cada unidade opera como uma linha de montagem industrial de

alta precisão, com equipamentos automatizados, chapas de alta velocidade com sensores de temperatura, fritadeiras com timer de filtragem automática e sistemas de refrigeração inteligente.

A plataforma digital de entrega, integrada nativamente aos principais aplicativos de delivery do mercado, permite que a franquia gerencie pedidos digitais sem sobrecarregar a equipe física, mantendo a cozinha operando em capacidade máxima prevista pelo sistema de produção. Em 2024, o canal de delivery respondeu por 8,87% do faturamento total da rede, com crescimento de 24% em relação ao ano anterior.

O FRANCHISING BRASILEIRO COMO MODELO DE IDENTIDADE NACIONAL

O franchising brasileiro tem características próprias que o diferenciam do modelo norte-americano. Enquanto nos Estados Unidos a orientação é focada em capital e escala pura, no Brasil o foco histórico recai sobre operação, emprego e empreendedorismo. Isso formou uma base de franqueados com perfil de adaptação, resiliência e flexibilidade operacional diferenciadas, capazes de operar em mercados heterogêneos e de grande diversidade cultural.

O GiRAFFAS é o exemplo mais notório dessa identidade. A marca não importou um modelo pronto: ela construiu o seu a partir da mesa brasileira, da refeição completa que o trabalhador busca no intervalo do almoço, do prato que remete ao aconchego doméstico. Nenhuma rede internacional conseguiu reproduzir esse voto de confiança cultural que os brasileiros depositam no arroz e feijão servido com o sabor do feito na hora. Essa singularidade é, ao mesmo tempo, vantagem competitiva e barreira de entrada.

A inauguração de uma unidade GiRAFFAS representa, para qualquer cidade, mais do que a chegada de mais uma rede de alimentação. Representa a inserção em um ecossistema de eficiência, escala e confiança construído ao longo de mais de quatro décadas de história genuinamente brasileira.

GiRAFFAS CAMBORIU: SIGNIFICADO ECONOMICO E SOCIAL

A implantação do GiRAFFAS em Camboriu, conduzida pela Loterio Empreendimentos, não é apenas uma decisão de investimento. É a materialização de uma visão empreendedora que combina conhecimento do território local, confiança em um modelo nacional comprovado e responsabilidade com a geração de emprego e renda no município.

O franqueado que aposta em uma marca consolidada reduz o risco inicial de forma significativa, pois herda processos testados, fornecedores homologados, know-how operacional e um poder de atração imediata junto ao consumidor. Quem entra em uma unidade GiRAFFAS já sabe o que vai encontrar, o preço que vai pagar e o tempo que vai esperar. Essa previsibilidade reduz a barreira de compra e acelera o retorno sobre o investimento.

Para Camboriu, uma cidade de crescimento acelerado e alta demanda por serviços qualificados de alimentação, a chegada de uma rede dessa magnitude sinaliza amadurecimento do mercado local, atratividade para novos investidores e ampliação da diversidade de opções para residentes

e turistas.

SOBRE O AUTOR

Ainor Francisco Loterio é agrônomo com trajetória de quatro décadas dedicadas ao desenvolvimento rural, ao cooperativismo e ao empreendedorismo. Atuou no serviço de extensão rural da Epagri, em Santa Catarina, acumulando experiência técnica e de campo junto a agricultores e cooperativas. Exerceu mandato de Prefeito de Camboriu e atuou como assessor na Assembleia Legislativa do Estado de Santa Catarina, consolidando larga vivência na gestão pública e no desenvolvimento territorial.

Criador da Agrosafia, e palestrante e consultor nacional nas áreas de Cooperativismo, Agrosafia, Motivação, Comunicação e Gestão Pública. É Diácono Permanente da Igreja Católica desde 2003 e apresenta o programa de rádio Alegria de Viver desde 1989.

Na área de alimentação, Ainor é investidor e franqueado do GiRAFFAS em Camboriu, por meio da Loterio Alimentos, empresa familiar que reúne a família Loterio nessa iniciativa empreendedora. A tradição da família com o universo dos alimentos e o agronegócio confere ao projeto uma identidade singular: a de quem conhece o campo, respeita a cadeia produtiva e acredita que levar alimentação de qualidade às pessoas e, antes de tudo, um compromisso com o bem-estar da comunidade. O GiRAFFAS, por sua brasilidade autêntica e pela solidez do seu modelo de franquia, tornou-se a escolha natural para quem busca aliar experiência de mercado, identidade cultural e eficiência operacional.

Portal: www.ainor.com.br | www.loterio.com.br

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS E FONTES DE PESQUISA

ASSOCIACAO BRASILEIRA DE FRANCHISING (ABF). Desempenho do franchising brasileiro no 4o trimestre de 2025 e no ano de 2025. São Paulo: ABF, 2026.

GiRAFFAS. Sobre a rede. Brasília: Giraffas Franquias, 2024. Disponível em: franquiagiraffas.com.br. Acesso em: jun. 2026.

GiRAFFAS. GiRAFFAS alcança faturamento histórico de R\$ 1 bilhão em 2024 e prepara novas conquistas para 2025. Portal do Franchising, jan. 2025. Disponível em: portaldofranchising.com.br. Acesso em: jun. 2026.

GiRAFFAS. GiRAFFAS completa 43 anos como a maior rede de refeições completas do país. Portal do Franchising, maio 2024. Disponível em: portaldofranchising.com.br. Acesso em: jun. 2026.

LATTINE GROUP. Case GiRAFFAS: tecnologia e padrão operacional em escala nacional. Disponível em: lattinegroup.com. Acesso em: jun. 2026.

GOOBIZ. Franquias de alimentos: cenário, tendências e motivos para investir. Blog Goobiz, out. 2025. Disponível em: blog.goobiz.com.br. Acesso em: jun. 2026.

F360. Sistema para franquias de alimentação: a chave para expandir. Disponível em: f360.com.br. Acesso em: jun. 2026.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE VICOSA. A eficiencia das redes de franquias no Brasil: uma analise sob a otica da economia de escala. Pos-Economia UFV, 2021. Disponivel em: poseconomia.ufv.br. Acesso em: jun. 2026.

MERCADO & CONSUMO. Franchising made in Brazil e produto de exportacao. Jun. 2026. Disponivel em: mercadoconsumo.com.br. Acesso em: jun. 2026.

PORTAL DO FRANCHISING. Interiorizacao do franchising: franquias abrem fronteiras pelo pais. Jun. 2026. Disponivel em: portaldofranchising.com.br. Acesso em: jun. 2026.

WIKIPEDIA. GiRAFFAS. Disponivel em: en.wikipedia.org/wiki/Giraffas. Acesso em: jun. 2026.

Ainor Francisco Loterio | Camboriu-SC | 2026 | www.ainor.com.br