






Com novo posicionamento, Dudalina reforça expansão na ABF Expo 2026

Em pleno crescimento, marca da Veste S.A. leva ao evento condições comerciais exclusivas

São Paulo, junho de 2026 – Impulsionada por seu rebranding e pela nova assinatura “Mostre Sua Marca”, a Dudalina, referência em camisaria na América Latina, retorna à ABF Expo 2026 em continuidade à sua estratégia de fortalecer a atuação no mercado nacional por meio de sua rede de franqueados. Durante o evento, potenciais parceiros de negócios poderão conhecer um modelo de negócio estruturado, apoiado na força de uma marca reconhecida nacionalmente e na consistência de sua operação de varejo.

 Dudalina	 meta 30 franquias até 2026	
 R\$ 59,5M em faturamento +3% vs (IT25)	 22 Franquias em todas as regiões do Brasil	 Estratégia omnichannel integrada

Com mais de 20 operações de franquias, a marca pretende fechar o ano com 30 unidades nesse modelo de negócio. “Estamos de volta à ABF Expo em um momento muito positivo, de evolução e fortalecimento, e queremos continuar crescendo ao lado de empreendedores que se conectem com a nossa essência e com o nosso compromisso com qualidade e excelência”, afirma Renata Viacava,

diretora da Dudalina, marca da Veste S.A.

Com investimento inicial a partir de R\$ 600 mil, incluindo taxa de franquia, instalação e pedido inicial de produtos, o modelo de franquias da Dudalina combina solidez, rentabilidade e suporte operacional. O faturamento médio mensal das lojas varia entre R\$ 150 mil e R\$ 300 mil, com previsão de retorno do investimento em dois anos e meio. Quem fechar o contrato durante a ABF Expo terá 25% de desconto na taxa de franquia.

Como parte de sua proposta de valor, a Dudalina oferece suporte completo aos franqueados, abrangendo análise de mercado, treinamento, consultoria de gestão operacional, apoio na inauguração, marketing regional e acompanhamento próximo da operação. A estrutura digital da Veste S.A. também fortalece o modelo, com ferramentas de CRM integrado, omnicanalidade e o Live Retail, aplicativo próprio de análises detalhadas de vendas.

“Nossa meta não é apenas crescer em número de unidades, mas encontrar parceiros de negócios que se conectem profundamente com a essência e a cultura da Dudalina. A expansão por franquias é uma forma de unir a força da marca e o know-how da Veste ao conhecimento local de empreendedores qualificados”, complementa Viacava.

Rebranding reforça sofisticação, desejo e conexão com novos consumidores

Em março, a Dudalina apresentou uma nova fase de seu posicionamento, resgatando atributos como sofisticação, desejo e força da marca pessoal. A proposta traduz elegância, discrição, autoconfiança e autenticidade, reforçando a presença da marca na vida de um público que valoriza qualidade, propósito e expressão individual. “Com esse capítulo, inauguramos nossos códigos de origem ao mesmo tempo em que avançamos de forma consistente para ampliar nossa relevância e conexão com um consumidor cada vez mais exigente, que valoriza elegância, autenticidade e propósito em todas as suas escolhas”, explica Renata Viacava.

O movimento também se conecta diretamente ao modelo de negócios da Dudalina, com atuação integrada entre lojas próprias, franquias, e-commerce e canais multimarca. A partir de uma estratégia omnicanal, a marca aprimora a jornada do cliente e fortalece sua experiência em todos os pontos de contato.

No primeiro trimestre de 2026, a Dudalina alcançou R\$ 59,5 milhões em faturamento bruto (alta de 3% frente ao 1T25), impulsionada pelo avanço do indicador Same Store Sales (SSS), que saltou 10,2% nos canais físicos e digitais do B2C. O avanço dá sequência ao excelente resultado de 2025, que a grife encerrou com faturamento de R\$ 246,8 milhões e um crescimento superior a 20% no EBITDA, impulsionado pela eficiência operacional e por uma redução de 43% nos estoques. “O fechamento do último trimestre reforça que estamos avançando de forma sustentável. Mais do que abrir lojas, o foco na ABF é ampliar nossa presença com consistência, mantendo o padrão de marca e a rentabilidade para os parceiros”, pontua a diretora da marca.

SOBRE A DUDALINA

Com 69 anos de história, Dudalina, marca da Veste S.A., é reconhecida como a maior camisaria da América Latina e referência no novo clássico, com portfólio que abrange alfaiataria contemporânea e peças casuais. Investe continuamente em tecnologia aplicada aos produtos e participa de iniciativas de transparência na cadeia produtiva, com peças rastreáveis e parceria com o movimento Sou de Algodão, que valoriza o algodão brasileiro e práticas responsáveis no setor têxtil.

Em 2025, Dudalina teve faturamento bruto de R\$ 246,8 milhões, crescimento de 5,2%, impulsionado pela expansão de sua presença nacional com o modelo de franquias, pelo avanço no varejo e pela assertividade de suas coleções.

SOBRE A VESTE

A Veste S.A. é um dos principais grupos de moda do Brasil e reúne em seu portfólio as marcas Dudalina, Le Lis, John John, Bo.Bô e Individual. A companhia atende diferentes perfis de consumidores e estilos de vida, com distribuição por meio de uma rede de mais de 190 lojas — entre unidades próprias e franquias — além de cerca de 3 mil multimarcas em todo o país. A empresa emprega mais de 3,5 mil colaboradores e mantém um compromisso público com a promoção da diversidade e da inclusão, com destaque para a equidade de gênero e a presença significativa de mulheres em posições de liderança.

Listada no segmento Novo Mercado da B3, mais alto nível de governança corporativa do mercado brasileiro, a Veste S.A. é associada ao Pacto Global da ONU e comprometida com os movimentos “Elas Lideram” e “Ambição Net Zero”, contando com metas climáticas aprovadas pela Science Based Targets initiative (SBTi). Suas fábricas possuem certificação ouro da ABVTEX, reforçando a gestão socioambiental responsável de suas operações. A Companhia também mantém metas e compromissos públicos ESG divulgados em Veste Sustentabilidade, onde podem ser consultadas suas principais iniciativas na agenda de sustentabilidade. Com faturamento líquido anual de 2025 de R\$ 1,24 bilhão, a companhia consolida sua posição como referência no segmento de moda e lifestyle no Brasil.