

Todomoda, rede argentina de acessórios femininos, cresce 170% em um ano e antecipa meta prevista para 2026

A rede acredita que além da rentabilidade do negócio, o sistema próprio de inteligência artificial que orienta reposição e gestão de estoque colabora para o bom desempenho da marca no Brasil

Localização do estande - Rua B 041a – Setor Fashion

A **Todomoda**, varejista argentina de moda e acessórios que pertence ao Blue Star Group (BSG), chegou ao Brasil em 2019 e vem consolidando sua operação no país após a joint venture firmada com a Morana, em 2025. Em março de 2025, a rede tinha 10 lojas, hoje são 28, e a marca projeta chegar a 300 unidades em cinco anos. O crescimento acelerado numa categoria historicamente competitiva tem uma explicação que vai além do modelo de franquias: um sistema próprio de inteligência artificial que orienta cada franqueado semanalmente sobre o que comprar, quanto e quando.

Esse crescimento significativo de 170%, segundo o CEO da rede, Adriano Magalhães, está diretamente ligado à estrutura oferecida aos franqueados e à experiência da Morana no mercado brasileiro.

Segundo o executivo, o Brasil ocupa uma posição estratégica nos planos de crescimento da companhia, que aposta no franchising e na tecnologia para acelerar sua expansão. E a sinergia entre as redes Todomoda e Morana combina expertise em gestão de estoque, time próprio de design, rede global de fornecedores e leitura ágil de tendências — pilares que sustentam a competitividade das marcas no segmento de acessórios.

Com dois modelos de franquias: loja em shopping centers e loja de rua, a Todomoda tem investimento inicial de R\$ 510 mil e um faturamento mensal médio de R\$ 150 mil.

“Os resultados positivos têm incentivado o crescimento de multfranqueados na rede. Hoje, um percentual crescente dos franqueados já opera mais de uma unidade”, diz o CEO.

Ele ainda explica que parte desse crescimento também está associada ao modelo de gestão apoiado por inteligência artificial, que auxilia franqueados na tomada de decisão, gestão de estoque e definição de compras.

IA grande parceira do negócio

Em um negócio que trabalha com milhares de produtos e coleções em constante renovação, acompanhar o comportamento do consumidor e tomar decisões rápidas é fundamental. Nesse cenário, a inteligência artificial tornou-se uma ferramenta estratégica para a Todomoda.

A tecnologia é utilizada para analisar vendas, prever demandas, recomendar compras e auxiliar na gestão dos estoques, reduzindo desperdícios e evitando capital parado.

Todas as lojas da rede operam com recomendações geradas por IA e, semanalmente, os franqueados recebem análises que consideram o histórico recente de vendas, a chegada de novos produtos, a expectativa de demanda para os próximos dias e o estoque ideal de cada unidade.

Segundo a empresa, o sistema cria uma base única de informações para toda a rede, tornando as decisões mais precisas e alinhadas à estratégia da marca.

Hoje, 100% das unidades utilizam a ferramenta desenvolvida pela própria Todomoda. Com isso, a empresa consegue acompanhar o desempenho dos produtos em tempo real, reagir com mais rapidez às mudanças de comportamento do consumidor e tomar decisões mais assertivas antes mesmo da necessidade de promoções ou remarcações de preço.

“O modelo foi construído para qualificar a tomada de decisão do franqueado, não para substituí-la. O melhor resultado acontece quando a inteligência do sistema se soma ao conhecimento que cada empreendedor tem sobre seu mercado local”, explica Magalhães.

Para o executivo, esse é um dos principais benefícios da tecnologia dentro da franchising: fortalecer a parceria entre franqueadora e franqueados por meio de decisões mais objetivas e orientadas por dados.

Impacto nas vendas

Esse sistema aumentou o ticket médio da rede em 31%. A marca atribui esse resultado a um conjunto de fatores - mix de produtos, campanhas promocionais e calendário comercial – mas, aponta a tecnologia como elemento estruturante ao garantir maior disponibilidade dos itens com

maior potencial de venda e reduzir rupturas de estoque. Esse sistema cria condições para que os demais fatores funcionem com mais eficiência.

Sobre a Todomoda

A marca faz parte do Grupo Argentino Blue Star Group (BSG) e está presente em países como Chile, México, Espanha, Argentina e Brasil, com mais de 800 lojas.

Chegou por aqui em 2019, mas foi em 2025 que iniciou uma expansão agressiva, saindo de 10 unidades para 28. Desse total, 26 são franquias e duas unidades são próprias.

A rede traçou como meta 300 unidades no Brasil, em cinco anos.

Em 2025, o Blue Star Group registrou faturamento global de US\$ 300 milhões. Depois da Argentina, o México é hoje o principal mercado da companhia, respondendo por cerca de 30% da receita global.

RX da Marca

Ano de início no franchising: 2024

Investimento total: R\$ 510 mil (com taxa de franquia, capital de giro e estoque)

Royalties: 6% sobre vendas.

Fundo de publicidade: 2% sobre vendas.

Prazo de retorno: 24 a 36 meses.

Faturamento médio mensal: 130.000 a 150.000

Lucratividade: 10% a 12%

Informações para a imprensa

Content.pr

Ana Paula Marçal (21) 96998-5354

ana.p@md.com.br

Marcia Fonseca (11) 96378-0821

marcia.f@md.com.br