

EM PAUTA

Rala Bela projeta crescer 5% e amplia aposta em tecnologia

Marca gaúcha de moda fitness investe em modernização de processos e nova unidade para sustentar expansão nacional

Cristine Pires

cristine.pires@jornaldocomercio.com.br

Com projeção de crescimento de 5% no faturamento em 2026 e a inauguração da terceira unidade fabril neste ano, a Rala Bela acelera sua estratégia de expansão nacional ancorada em tecnologia aplicada ao vestuário e aumento da capacidade produtiva. Fundada em 1992, em Bom Princípio, a indústria de moda fitness e casual reforça investimentos em RFID, etiquetas NFC e modernização de processos para ganhar eficiência e fortalecer a relação com lojistas e consumidoras.

Presente em mais de 300 cidades do Rio Grande do Sul e também em Santa Catarina, Paraná,

São Paulo e Paraguai, a marca atua majoritariamente no atacado B2B, além do e-commerce próprio. O posicionamento está centrado no conceito athleisure — peças que transitam entre academia, trabalho e lazer — com foco em tecidos funcionais, durabilidade e design adaptado à realidade da mulher brasileira.

Segundo a CEO e diretora criativa, Marines Winter Luft, o desempenho recente é resultado da combinação entre qualidade e proximidade com o mercado. “O principal fator do nosso crescimento é a credibilidade e a confiança dos clientes, reforçadas pela qualidade dos produtos, pela proximidade nos relacionamentos e pela excelência nos processos”, afirma.

A nova unidade, a segunda em Bom Princípio, deve fortalecer especialmente os setores de corte e costura, ampliando a produção e apoiando o plano de chegar a pelo menos mais cinco estados nos próximos cinco anos. A am-

pliação da equipe acompanha esse movimento, em um cenário de escassez de mão de obra qualificada no setor têxtil.

TECNOLOGIA COMO DIFERENCIAL COMPETITIVO

Desde 2018, a Rala Bela utiliza tecnologia RFID para controle inteligente de estoque e logística. A evolução mais recente é a aplicação de etiquetas NFC (Near Field Communication), que permitem à cliente acessar conteúdos exclusivos e informações sobre a peça com um simples toque do celular.

“O equilíbrio entre tradição e inovação é o que nos mantém relevantes. Preservamos nossos valores — conforto, longevidade e conexão — enquanto investimos em tecnologias que melhoram processos e aproximam a marca do consumidor”, destaca Marines.

Entre os lançamentos previstos para o inverno 2026 está um

tecido tecnológico impermeável, além da ampliação da linha com NFC. Peças reversíveis, como jaquetas e tops, também ganham espaço, reforçando a proposta de versatilidade.

ESG E ESTRATÉGIA DE LONGO PRAZO

A empresa possui certificação da Fepam para gestão e destinação correta de resíduos têxteis e adota práticas como reaproveitamento de água da chuva e produção sob demanda para reduzir desperdícios.

No eixo social, desenvolve o projeto Moda em Movimento, voltado à capacitação de mulheres em costura e ao fortalecimento da mão de obra local.

Com mais de 30 anos de atuação e gestão familiar, a Rala Bela pretende consolidar-se como referência nacional não apenas em moda fitness, mas também em inovação tecnológica aplicada ao vestuário, ampliando sua presença no Brasil até 2032.



RALA BELA/DIVULGAÇÃO/JC

“A marca atua no desenvolvimento humano e na valorização feminina por meio do Projeto Moda em Movimento, que capacita mulheres em costura e destina peças a mulheres em situação de vulnerabilidade, além de fortalecer a mão de obra local.”

Marines Winter Luft
CEO e diretora criativa

Raio-X

- **Empresa:** Rala Bela
- **Ano de fundação:** 1992
- **Cidade de origem:** Bom Princípio
- **Área de atuação:** Indústria Vestuário feminino
- **Projeção de faturamento para 2026:** Crescimento de 5%
- **Investimentos em inovação e tecnologia:** Implementação da tecnologia RFID para controle inteligente de estoque e logística (desde 2018). Evolução recente para o uso de etiquetas NFC (Near Field Communication), permitindo que a cliente acesse conteúdos exclusivos e informações da marca com apenas um toque do celular na roupa. Uso de sistemas de gestão e modernização constante dos processos produtivos.
- **Onde a empresa quer estar em cinco anos:** A estratégia da marca se consolida através do relacionamento próximo com seus lojistas B2B, e a partir deste canal que a marca amplia sua visão de negócio buscando destaque como referência nacional não apenas em moda fitness, mas em inovação tecnológica aplicada ao vestuário e ao processo produtivo. E a partir disso uma ampliação mercadológica para novos estados até 2032.



RALA BELA/DIVULGAÇÃO/JC

Empresa de Bom Princípio usa etiquetas que dão acesso a conteúdos exclusivos e informações da marca com apenas um toque do celular