

Termolar suspende transferência de sede

Empresa postergou temporariamente a mudança da planta industrial para a Região Metropolitana, e seguirá na Capital

/ NEGÓCIOS

Osni Machado

osni.machado@jornaldocomercio.com.br

A Termolar confirmou a suspensão temporária da transferência de sua planta industrial de Porto Alegre para a Região Metropolitana, mantendo, por ora, sua operação na sede histórica da Rua Tamandaré, nº 500, no bairro Camaquã, onde ocupa uma área de 60,5 mil metros quadrados. O reposicionamento da marca e a expansão para produtos de maior valor agregado estão no centro do novo ciclo estratégico da Termolar, tradicional indústria gaúcha de conservação térmica, que detém cerca de 70% de participação no mercado do Rio Grande do Sul e entre 30% e 40% do mercado brasileiro.

Embora a mudança da sede industrial para uma nova localidade seja considerada uma necessidade estratégica de longo prazo, as executivas Natalie e Carolina Ardrizzo explicam que o projeto foi temporariamente pausado diante de um cenário econômico considerado desfavorável no Brasil, somado às incertezas provocadas pela instabilidade internacional, especialmente pelos reflexos de conflitos globais sobre os mercados. A empresa reconhece que a localização atual já não é a mais adequada sob o ponto de vista logístico, mas reitera que ainda não há definição oficial sobre um novo endereço.

A continuidade do crescimento, o fortalecimento da presença nacional e internacional, a ampliação do portfólio e o avanço em inovação, design e valor percebido de marca formam os pilares centrais desse planejamento, consolidando uma das mais profundas transformações organizacionais da trajetória da empresa, liderada pelas sócias e co-presidentes Natalie e Carolina Ardrizzo.

O projeto estratégico DT70 nasceu em 2025, a partir de uma imersão estratégica conduzida pelos sócios-proprietários Carlo, Carolina e Natalie Ardrizzo, com o objetivo de preparar a companhia para seu 70º aniversário por meio de uma gestão mais robusta, moderna e orientada ao longo prazo. A empresa, que registrou faturamento de R\$ 350 milhões em 2025, projeta alcançar R\$ 400 milhões em 2026.

Produzindo aproximadamente 11 milhões de unidades por ano

e empregando mais de 700 colaboradores, a Termolar vive hoje uma das reestruturações mais significativas de sua história. Mais do que uma celebração institucional, o DT70 representa uma reformulação estrutural no modelo de negócios da organização.

Segundo Natalie Ardrizzo, a companhia passou mais de uma década concentrada em enfrentar crises e preservar sua sobrevivência diante de desafios como pandemia, enchentes, ataques cibernéticos e instabilidades econômicas. “Passamos muitos anos focados em sobreviver, enfrentando crises sucessivas. Isso nos trouxe até aqui, mas percebemos que era preciso pensar diferente para garantir o futuro da empresa”, afirma.

Carolina reforça que o mesmo pensamento que garantiu a sustentabilidade até aqui não seria suficiente para conduzir a companhia às próximas décadas. “O modelo que nos trouxe até este momento não necessariamente será o mesmo que nos conduzirá para os próximos 70 ou 100 anos. Precisávamos estruturar a empresa para o longo prazo”, explica.

Dessa forma, o DT70 passou a organizar projetos estruturantes em áreas como branding, governança, performance financeira, inovação, cultura organizacional e expansão de mercados. Uma das mudanças mais relevantes foi a adoção do modelo de co-presidência, no qual Natalie passou a liderar operações e criatividade, enquanto Carolina assumiu estratégia e backoffice. A nova configuração fortalece a profissionalização da gestão familiar, reduz sobreposições e amplia a governança corporativa.

No campo institucional e comercial, a Termolar promove uma profunda renovação de marca. A empresa prepara mudanças em identidade visual, slogan e posicionamento mercadológico, apostando em uma comunicação mais sofisticada, conectada ao design e ao estilo de vida contemporâneo. Seu catálogo, antes predominantemente funcional, ganha estética de revista de tendências, reforçando o objetivo de transformar produtos térmicos em itens aspiracionais e elevar a percepção de valor perante o consumidor.

A inovação tornou-se eixo permanente da estratégia corporativa. Reconhecida historicamente por garrafas térmicas, cuias, bules,

copos e caixas térmicas, a companhia amplia sua atuação para novos segmentos, como utensílios de vidro, com produtos como prensas francesas e copos Doppio. A diversificação busca reduzir a dependência exclusiva do segmento térmico tradicional e ampliar margens por meio de categorias mais sofisticadas e rentáveis.

No mercado, a Termolar mantém liderança consolidada no Rio Grande do Sul e forte presença nacional, além de atuação internacional em países da América Latina, Europa e África. O processo de internacionalização avança com novos catálogos em inglês e espanhol, fortalecendo operações em mercados como Argentina, Uruguai, Paraguai, Chile e Guatemala. A participação da marca como equipamento oficial do primeiro Mundial de la Yerba Mate, em Buenos Aires, em junho de 2026, simboliza esse movimento estratégico.

Internamente, o DT70 também contempla projetos de automação, tecnologia e revisão logística. Embora exista estudo para a transferência da planta industrial para uma localização mais favorável sob o ponto de vista operacional, a mudança foi temporariamente pausada em razão do atual cenário econômico brasileiro e internacional, marcado por incertezas macroeconômicas e tensões geopolíticas.

Apesar das adversidades externas, a companhia reforça que sua prioridade está centrada na rentabilidade. “Este ano devemos chegar aos R\$ 400 milhões de faturamento. Em dois anos, se mantivermos o crescimento, podemos falar em R\$ 550 milhões ou R\$ 600 milhões. Mas nosso grande foco é a rentabilidade”, afirma Natalie. A executiva resume a filosofia financeira da nova fase ao destacar: “Faturamento é ego; lucro é o que paga as contas.”

A cultura organizacional aparece como outro diferencial competitivo relevante. Baseada em valores cristãos, humildade e colaboração, a empresa investe em programas internos de liderança e desenvolvimento humano, como o “Mentalidade Vencedora”, além de reforçar o protagonismo feminino em uma indústria historicamente masculina.

Sob a liderança de Natalie Ardrizzo e Carolina Ardrizzo, a Termolar avança de um modelo historicamente voltado à sobrevivência operacional para uma



MARIANA ALIVE/JC

Mudança foi interrompida diante do cenário econômico desafiador



FABIOLA CORREA/JC

Carolina e Natalie Ardrizzo estão à frente da empresa, que completará 70 anos

estratégia centrada em governança, inovação, design e expansão internacional.

Às vésperas de completar 70 anos, em 2029, a companhia aposta na modernização de sua estrutura e na ampliação de seu

portfólio de maior valor agregado para preservar sua trajetória no setor e abrir uma nova fase de crescimento sustentável, com foco no fortalecimento da marca em mercados globais cada vez mais competitivos.

SESI Serviço Social da Indústria

CHAMAMENTO PÚBLICO
DIÁLOGO PRÉVIO DP000012026DR
Entidade Promotora: SESI/RS

Locação de imóvel na modalidade *built to suit*, no município de Erechim/RS, para instalação de unidade do Sesi voltada à oferta de serviços de saúde, em edificação a ser construída sob medida ou resultante da reforma de imóvel existente, desde que atenda às exigências técnicas, funcionais e legais previstas neste chamamento.

Data e hora de encerramento de envio de propostas:
15/05/2026, às 23h59.
Demais informações estão disponíveis no site:
<http://compras.sistemafierngs.org.br>

Porto Alegre, 04 de maio de 2026
Rafael Bolsson da Costa
Analista de Processo de Seleção