

TRAMONTINA TODAY

The annual publication of the Tramontina and Forjasul companies – N° 33
Publicación anual de las empresas Tramontina y Forjasul

"Doing well" is what motivates us and is also reflected in our results: a strong brand that is respected and well loved.

"Hacer bien las cosas" es lo que nos moviliza. También es lo que se refleja en los resultados: una marca fuerte, respetada y querida.

From those who enjoy doing well

Investing in increasingly advanced production machinery and technology; creating new products, positioning itself at the forefront of design, innovating; always putting consumer satisfaction first. For many companies these are the big ideas behind competitiveness and growth. For Tramontina they are just the starting point in the pursuit of greater objectives: enchantment, inspiration for a simpler and practical life, care in making each day more pleasant. They are objectives that are expressed in the idea that is now Tramontina's real focus: the pleasure of doing well.

Doing well means delivering products made with care and affection every day. Products that are enchanting at first glance, that convey quality and safety to the touch of the hands. Doing well means much more than meeting consumer requirements. It also means surprising consumers with ideas and possibilities that they desire but which cannot always be verbalised. Tramontina takes pleasure in exceeding expectations. Few things are more satisfying than seeing our products helping to make a difference in making homes and lives more beautiful.

Our ideal is to share the pleasure of doing well with the consumer, offering the right products to make each moment of the day more special: the moment of preparing an amazing recipe, making the kitchen more practical and modern, rethinking decoration and furnishings from lounge to garden, working in more comfort and safety, and so many other elements that make life so pleasant, the pleasure of doing well is Tramontina's, but it should also belong to those who use our products to achieve their desires – their family's and their friends'. It's great to be alongside the consumer at such landmark moments.

To achieve this ideal, Tramontina relies not just on cutting-edge technology and innovative design, but also on people engaged in the mission of always delivering the best. For our staff, doing well means working seriously, with dedication and care, always seeking to learn more. For our clients, doing well means serving end consumers with quality and attention, helping them to make the best purchasing decisions. For our suppliers and partners, doing well means understanding, adopting and reinforcing the values that are the essence of our brand. For all of us together, doing well is what makes Tramontina Tramontina.



Clovis Tramontina
Chairman of the Board
Presidente del Consejo

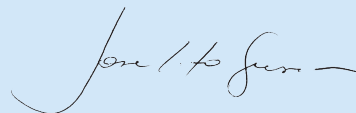
De aquellos a los que les gusta hacer bien las cosas

Invertir en máquinas y tecnologías de producción cada vez más avanzadas; crear nuevos productos, posicionarse en la vanguardia del diseño, innovar; poner la satisfacción del consumidor siempre en primer lugar. Para muchas empresas, esos son los grandes ideales de la competitividad y del crecimiento. Para Tramontina, son apenas el punto de partida en la búsqueda de objetivos mucho más grandes: el encantamiento, la inspiración para una vida más simple y práctica, el cuidado para hacer el día a día más agradable. Objetivos que se expresan en el concepto que hoy es el verdadero Norte de Tramontina: el placer de hacer bien las cosas.

Hacer bien las cosas es entregar productos hechos con cuidado y cariño todos los días. Productos que encantan a primera vista, que expresan calidad y seguridad al tacto. Hacer bien las cosas es más que cumplir las necesidades del consumidor, también es sorprenderlo con ideas y posibilidades que él desea pero que no siempre consigue verbalizar. Tramontina siente placer en ir más allá de las expectativas. Pocas cosas son tan reconfortantes como ver nuestros productos haciendo la diferencia para que las casas (y las vidas) sean más bonitas.

Nuestro ideal es compartir con el consumidor el placer de hacer bien las cosas. Es darle a él los productos adecuados para hacer cada momento del día más especial: el momento de preparar una receta sorprendente, de dejar la cocina más práctica y moderna, de repensar la decoración y los muebles desde el living hasta el jardín, de trabajar con más comodidad y seguridad, entre tantos otros que hacen que la vida sea bien vivida. El placer de hacer bien las cosas es de Tramontina, pero también debe ser de quienes usan nuestros productos para realizar deseos - suyos, de la familia y de los amigos. Es excelente estar junto al consumidor en momentos tan importantes.

Para alcanzar ese ideal, Tramontina cuenta no sólo con tecnologías de punta y diseño innovador, sino también con personas comprometidas con la misión de entregar siempre lo mejor. Para nuestros empleados, hacer bien las cosas significa trabajar con seriedad, dedicación y cariño, siempre tratando de aprender más. Para nuestros clientes, hacer bien las cosas significa atender al consumidor con calidad y paciencia, ayudándolo a tomar las mejores decisiones de compra. Para nuestros proveedores y colegas, hacer bien las cosas es entender, adoptar y fortalecer los valores que están en la esencia de nuestra marca. Para todos nosotros, juntos, hacer bien las cosas es lo que hace que Tramontina sea Tramontina.



Joselito Gusso
Vice-chairman of the Board
Vicepresidente del Consejo

Tramontina Today | Hoy

The annual publication of the Tramontina and Forjasul companies
Publicación anual de las empresas Tramontina y Forjasul

Coordination: | Coordinación:

Rosane Mesturini Fantinelli

Creation and coordination: | Creación y coordinación:

Núcleo de Propaganda Ltda.

Design | Diseño gráfico:

Paola Mayer Fabres

Text | Redacción:

Andreas Muller - MTB 10669



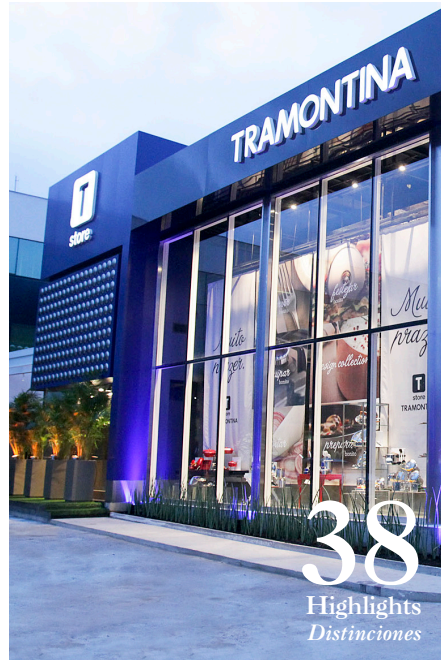
4

Products
Productos



26

Expansion and Technology
Expansión y Tecnología



38

Highlights
Distinciones



42

Marketing



66

Foreign Markets
Mercado Externo



79

Fairs
Ferias



82

Social Responsibility
Responsabilidad Social



84

Environmental Management
Gestión Ambiental



86

Commercial Structure
Estructura Comercial



88

Management and Industrial Plant
Gestión y Parque Industrial

Products that interpret **THE BRAND** *Productos que traducen* **LA MARCA**

Technology that makes a product more modern and innovative. Delicacy of finish that conveys comfort and beauty. Design that brings a special touch of elegance and practicality to each detail. Everything that leaves Tramontina's factories carries its brand – and that is why each manufacturing unit treats the products as if they were unique.

La tecnología que hace un producto más moderno e innovador. La delicadeza de las terminaciones que traen comodidad y belleza.

El diseño que le da un toque especial de elegancia y practicidad a cada detalle. Todo lo que sale de las fábricas Tramontina traduce su marca - y es por eso que cada unidad fabril trata a los productos como si fuesen únicos.

Tramontina Design Collection

SOPHISTICATION THAT GOES BEYOND QUALITY | SOFISTICACIÓN QUE VA MÁS ALLÁ DE LA CALIDAD





Color Life makes the kitchen more joyful

Colours leap to the eyes in the new Color Life collection of kitchen basins. Available in pink, green, orange, yellow, blue or grey, these items bring a distinctive touch of energy and freshness to their setting – be it retro or modern. Other key points include the stainless linear mixer with Scotch Brite finish and the 360° rotating nozzle with Eco Spar moveable aerator that prevents water waste.

Colourful charm and joy, and environmentally friendly!

Con Color Life, la cocina queda más alegre

Los colores saltan a los ojos en la nueva colección de piletas de cocina Color Life. Disponibles en rosa, verde, naranja, amarillo, azul o gris, las piezas le traen un toque diferenciado de energía y frescura al ambiente - sea retro o moderno. Otros puntos fuertes son el mezclador lineal de acero inoxidable con terminación Scotch Brite y el grifo giratorio de 360° articulado Eco Spar, que evita el desperdicio del agua.

¡Encanto y alegría de colores y amigos del medioambiente!

Versatility for basins and mixers

Five models comprise the elegant appearance of surface-mounted Vitrum basins. Meeting all size requirements, these items are made from 8-mm tempered glass and are available in white or black – combining the delicacy of glass with the durability of stainless steel. The sophisticated Lotus Flex stainless steel mixer with Scotch Brite finish makes an ideal accessory for Vitrum basins. With a 360° rotating nozzle and 55-cm sprinkler extension, water output reaches 20 litres per minute and the sealing system uses ceramic disks to guarantee durability.

Versatility in all sizes.

Versatilidad en piletas y mezcladores

Cinco modelos forman el aspecto elegante de las piletas de sobreponer Vitrum. Atendiendo a todas las necesidades de tamaño, las piezas tienen vidrio templado de 8 milímetros y vienen en blanco y negro - combinando la delicadeza del vidrio y la resistencia del acero inoxidable. Como accesorios ideales para las piletas Vitrum, merecen destaque la sofisticación del mezclador Lotus Flex, de acero inoxidable, con terminación Scotch Brite, el recurso de ducha con extensión hasta de 55 centímetros y el grifo giratorio de 360°. El caudal de salida llega a 20 litros por minuto y el mecanismo de sellado trae discos cerámicos que garantizan la durabilidad de la pieza.

Versatilidad en todos los tamaños.



The sophistication and technology of Vulcano sink

Delicate quartz outlines bring elegance and sophistication to Vulcano surface-mounted sinks. Discreet colours bring these items more than distinctive style, adding comfort and usability and conveying a sense of wellbeing. Optional accessories include features like the ComfoTouch electric valve opening and closing system, internal led lights, high durability and an innovative anti-bacteria system. Sophistication also runs to the accessories: Tramontina has developed different items for Vulcano surface-mounted sinks, such as the T-Gama chromed brass mixer with Cristadur quartz details. The rotating nozzle comes with an aerator, 150° rotating arm and output of 9 litres per minute, together with a sealing system using ceramic discs that ensure a long working life. A perfect marriage.

Practicality, design and durability with plenty of innovation!

La sofisticación y la tecnología de las piletas Vulcano

Los delicados contornos del cuarzo le dan elegancia y sofisticación a las piletas de sobreponer Vulcano. Con colores discretos, las piezas representan más que un estilo diferenciado, agregando comodidad y funcionalidad, transmitiendo una sensación de bienestar. Entre los accesorios opcionales, merecen distinción el ComfoTouch, sistema eléctrico de apertura y cierre de válvulas, las luces de Led instaladas en el interior, la alta resistencia y un innovador sistema antibacteriano. La sofisticación también está en los accesorios: Tramontina desarrolló diferentes artículos para las piletas de sobreponer Vulcano, entre los que se destaca el mezclador T-Gama, fabricado en latón cromado, con detalles de cuarzo Cristadur. El grifo es giratorio y cuenta con aireador, brazo giratorio de 0° a 150° y caudal de 9 litros por minuto, además de contar con mecanismo de sellado con discos cerámicos, que le garantizan una larga vida al producto. Un casamiento perfecto.

¡Practicidad, belleza y resistencia con mucha innovación!

Surface-mounted Quadrum basins: modernity in the kitchen

Straight elegant lines are what shape Quadrum surface-mounted basins. Made from stainless steel, these items add value to the space and go well with any style of decoration – and also provide greater durability and easy cleaning. The different Quadrum basin models are ideal for comfortable, attractive spaces. They go perfectly with the Unique Flex mixer that comes with a 55-cm extendable sprinkler and Eco Spar aerator system for saving water, together with a Scotch Brite finish.

Each matches its pair.

Piletas de sobreponer Quadrum: modernidad en la cocina

Líneas rectas y elegantes le dan forma a las piletas de sobreponer Quadrum. Fabricadas en acero inoxidable, le agregan valor al ambiente y combinan con cualquier estilo de decoración - además de proporcionar mayor resistencia y facilidad de higiene. En diferentes modelos, las piletas Quadrum son ideales para ambientes cómodos y atractivos. Combinan perfectamente con el mezclador Unique Flex, que trae ducha con grifo que se extiende hasta 55 centímetros y sistema aireador Eco Spar para ahorrar agua, además de terminación Scotch Brite.

Cada una combina con su igual.





The charm of Trix Cocottes

Small, cute and modern, French cocottes have been given a new interpretation by the Trix range. Ideal for serving individual portions, these items stimulate surprise and admiration at gourmet lunches and dinners, offering an even more relaxed and unique banquet style. With a triple base formed of two stainless steel layers over aluminium, these Trix pans offer high performance and can be taken directly from stove to table. Stainless steel handles guarantee an extra dose of strength, durability and safety.

Oui, the delicate elegance of France comes to the table with the Tramontina Design Collection.

El encanto de la Trix Cocottes

Chiquitas, "adorables" y modernitas, las cocottes francesas ahora tienen una nueva interpretación con la Línea Trix. Ideales para servir porciones individuales, provocan comentarios de sorpresa y admiración en almuerzos y cenas gourmet, proporcionando un banquete todavía más agradable y único. Con cuerpo triple formado por dos capas de acero que revisten el aluminio, las ollas Trix tienen alto desempeño y pueden ir desde la cocina directamente a la mesa. Mangos y asas de acero inoxidable garantizan una dosis extra de resistencia, durabilidad y seguridad.

Oui, es la elegancia delicada de Francia a la mesa con Tramontina Design Collection.

Trixwok, everything good in a single pan

The Wok model makes the Trix cookware range even more complete. A powerful ally in the preparation of delicious recipes, the Trix Wok comes with a triple body made from two layers of stainless steel covering an aluminium core, spreading the heat and cooking the food more quickly and evenly. A genuine revolution in the kitchen, the Trix Wok is not just healthy, the beauty of its stainless steel design also adds elegance to the home. Not to mention the safe usability offered by the handles.

In terms of cookware at least, perfection really does exist.

TrixWok, todo lo mejor en una sola olla

El modelo Wok completa a la línea de ollas Trix todavía más completa. Fuerte aliada en la producción de deliciosas recetas, Trix Wok tiene cuerpo triple, formado por dos capas de acero que revisten el aluminio, haciendo que el calor se propague y cocine los alimentos en forma más rápida y uniforme. Una verdadera revolución en la cocina, Trix Wok, también le agrega elegancia al espacio con la belleza de su diseño trabajado en acero inoxidable. Eso sin contar la seguridad en el manejo que ofrecen las asas.

Por lo menos en lo que se refiere a ollas, la perfección existe.





The delicacy of porcelain in Vega cookware

The Vega cookware set brings the retro style of porcelain back into the kitchen. The floral-design porcelain handles of these pans introduce a delicately familiar appearance to kitchen decoration. Made from highly durable high-quality stainless steel, Vega Porcelana cookware comes with a triple base and is ideal for creating unforgettable recipes.

Steel and porcelain, modernity and class return to the kitchen.

La delicadeza de la porcelana en las ollas Vega

Con el juego de ollas Vega, el encanto retro de la porcelana vuelve a brillar en la cocina. Con asas y mangos de porcelana, ambos pintados con motivos florales, las ollas tienen un aspecto delicadamente familiar para la decoración de la cocina. Fabricadas en acero inoxidable de alta resistencia y calidad, las ollas Vega Porcelana cuentan con fondo triple y son ideales para la elaboración de recetas inolvidables.

Acero y porcelana, modernidad y nobleza de vuelta en la cocina.





Presto pans: efficient and elegant pressure-cooking

Who said that pressure cookers had to be ugly and graceless? The new Presto range of pressure cookers plays a part in the decoration of more modern and charming kitchens. Available in blue and orange, their triple-base stainless-steel body provides even, quick and more economical cooking. These safe modern items have a decompression system controlled by five devices acting together. Heat-resistant handles facilitate use when it comes to serving. Presto pressure cookers are full of new features and also come with a glass lid for other types of cooking.

Efficiency and elegance are even better together.

Ollas Presto: eficiencia y elegancia en la cocción a presión

¿Quién dijo que las ollas a presión tienen que ser feas y sin gracia? Las ollas a presión de la nueva línea Presto entran en la decoración de las cocinas más modernas y encantadoras. Disponibles en celeste y naranja, tienen cuerpo de acero inoxidable con fondo triple, que proporciona una cocción uniforme, rápida y más económica. Modernas y seguras, tienen descompresión controlada por cinco dispositivos que actúan de forma integrada. Los mangos son antitérmicos, para facilitar el manejo en el momento de servir. Llenas de novedades, las ollas a presión Presto además ofrecen una tapa de vidrio para otros tipos de cocción.

Efficiency and elegance quedan todavía mejor cuando están juntas.



Ceramic blade. Producing art!

Gourmets know that a good cut is essential for providing delicate flavour and pleasing the most demanding palate. This was the idea behind the Accurato ceramic-blade knife range, which transforms commonplace kitchen items into genuine delicacies. The polypropylene handle with a soft-touch finish and high-precision blade offers a lightweight and safe knife for making the most elaborate cuts in meat, fruit and vegetables.

Works of art that make art in the kitchen.

Lámina de cerámica. ¡Resultado: arte!

Los gourmets saben que buenos cortes son esenciales para darle delicadeza a los sabores y agrandar a los paladares más exigentes. Basándose en eso, se lanzó Accurato, una línea de cuchillos con láminas de cerámica que transforma lo trivial de la cocina en verdaderos manjares. Con la ligereza y seguridad proporcionadas al uso por el mango de polipropileno - con revestimiento soft-touch y la alta precisión del filo - se pueden hacer cortes más elaborados, especialmente en bifes, frutas y legumbres.

¡Obras de arte que hacen arte en la cocina!

The Berta Chair: energising spaces

The harmonic curves of Berta chairs from Zon design transform spaces and offer added value with a touch of irreverence. With their expressive shapes and six vivid colour options, they energise spaces and attract the attention of those alert to world decoration trends.

Comfort, beauty and elegance all at once.

Silla Berta: energizando espacios

Las curvas armónicas de las sillas Berta, que tienen la firma de Zon Design, transforman el ambiente y reúnen valor agregado con toques de irreverencia. Con sus formas expresivas, están disponibles en seis opciones de colores vivos, que energizan espacios y conquistan aquellas miradas más atentas a las tendencias mundiales de decoración.

¡Comodidad, belleza y energía en un sólo ambiente!



Embracing modernity

An open approach to the meaning of the word hollow inspired the simple and inviting lines of the Ocas, also from Zon design. Their ergonomic format means that they seem to embrace the sitter and offer a unique sense of comfort, together with a different approach to decoration. An attractive and practical grouping can be formed with a centre table. With six colour options, they go well both indoors and outdoors.

Eyes look to the centre of the table and the body is embraced!

Modernidad que abraza

Sentidos abiertos al significado real de la palabra "oca" (casa) inspiradas en las líneas simples e invitadoras de las Ocas, también creadas por Zon Design. Con formato ergonómico, parecen abrazar al sentarse y proporcionan una comodidad única, además de un look diferente en la decoración. Se puede formar un bello conjunto con la mesa de centro - linda y práctica. En seis opciones de colores, quedan bien tanto en ambientes externos como internos.

¡La mirada va hacia el centro de la mesa y el cuerpo lleva un abrazo!





Albero, the decorative hat stand

Zon Design was inspired by the shapes and patterns of nature to create Albero, which looks like much more than a hat stand. Its distinctive design makes this an amusing decorative item for enlivening spaces as diverse as bedrooms, corridors, halls or offices.

Anywhere in the home, a hat stand for hanging and decorating!

Albero, el perchero decorativo

Zon Design se inspiró en las formas y en los matices de la naturaleza para crear Albero, que se reveló mucho más que un perchero. Con diseño diferenciado, se destaca como una divertida pieza de decoración, capaz de alegrar ambientes tan diversos como cuartos, corredores, halls u oficinas.

¡En cualquier parte de la casa, un perchero para colgar y decorar!

The multifaceted Anna chair

Transparency is a powerful trend in interior decoration, and really comes to life in the Anna chairs. Available in fully transparent, amber, black and white, they are lightweight and comfortable and suitable for domestic and business settings or even for outdoors.

Anna, beauty everywhere.

La multifacética silla Anna

Fuerte tendencia en la decoración de interiores, la transparencia adquiere vida en las sillas Anna. Disponibles en blanco, negro, ámbar y transparente, son livianas y cómodas y sirven para ambientes domésticos, empresariales o incluso para áreas externas.

Anna, belleza en todos los lugares.



Multiple options for a more attractive and comfortable everyday life

Múltiples opciones para el día a día más bonito y cómodo

Even more decorations for Christmas

An exclusive collection for celebrating Christmas. Ideal for gifts or decorating Christmas dinner, these products include a 24-piece cutlery set, carving knife and fork, baking tray and decorated kettle. The tin packaging also carries the same Christmas designs and can be used afterwards for keeping food like biscuits and delicacies. The stainless steel cutlery and carving knife and fork have a classic look, while the kettle has an internal Starflon non-stick coating, with a polyester outer that allows it to be used on gas and electric stoves. The baking trays have an internal coating of five layers of non-stick finish and are made from reinforced aluminium, which spreads the heat evenly and allows faster cooking. This collection comes from Único Design.

So this is Christmas...!

Para decorar todavía más la noche de Navidad

Una colección exclusiva para celebrar la Navidad. Ideales para dar de regalo o decorar la cena navideña, los productos incluyen juego de cubiertos con 24 piezas, cuchilla y trinchante, asadera y caldera estampados navideños. Se destaca el embalaje de lata con los mismos motivos navideños, que posteriormente puede servir para guardar alimentos como galletitas y delicias. De acero inoxidable, los cubiertos, la cuchilla y el trinchante tienen un aspecto clásico. La caldera tiene un revestimiento interno de antiadherente Starflon y la parte externa tiene poliéster, que permite usarla en cocinas a gas y eléctricas. Las asaderas son revestidas internamente con cinco capas de antiadherente y se fabrican con aluminio reforzado, que distribuye el calor uniformemente y permite una cocción más rápida. Esta colección viene firmada por Design Único.

¡Entonces, es Navidad...!

Oslo cutlery brings decoration to the table

The modern design of the Oslo range has been created to give that extra touch of elegance to table decoration – on special occasions and for everyday meals alike. All the items are made from high-gloss stainless steel and the knives have tempered blades, which guarantees extra corrosion resistance and greater edge durability. The clean lines of the design also offer an excellent choice for the business segment.

Since when has there been a special day for elegance?



La decoración va a la mesa con los cubiertos Oslo

Con diseño moderno, la línea Oslo se creó para darle aquel toque extra de elegancia a la decoración de la mesa - tanto en ocasiones especiales como en las comidas cotidianas. Todas las piezas son de acero inoxidable con terminación en alto brillo y los cuchillos son templados, lo que le asegura resistencia extra a la corrosión y durabilidad mayor al filo de corte. Por su diseño limpio, también es una excelente opción para el ramo empresarial.

¿Desde cuándo la elegancia tiene día marcado?





Buena range brings back the pleasure of serving

The Buena range from Único Design restores the tradition of mealtime gatherings around the table with family and friends. These items are made from 100% stainless steel and their clean design lines will never go out of fashion. The Buena range has arrived to encourage the creation of delicious recipes, going back to the best traditions of mothers and grandmothers. The sets come with both deep and shallow dishes, container, salad servers, soup ladle, pasta server, napkin holder, rice spoon, fruit bowl and trays. Products and packaging harmonise together to achieve a winning style at first glance.

Retro, back to the good times!

Línea Buena trae de vuelta el placer de servir

La línea Buena, creada por DesignÚnico, rescata la tradición de la convivencia con familiares y amigos reunidos alrededor de la mesa en el momento de las comidas. Son piezas totalmente hechas de acero inoxidable con diseño despojado, que resalta las recetas y nunca sale de moda. La línea Buena llega para incentivar la elaboración de recetas deliciosas, rescatando las más mínimas tradiciones de madres y abuelas. Son kits con fuentes llanas y hondas, recipiente, cubiertos para ensalada, cucharón para porotos (frijoles), pinza de pasta, servilletero, cuchara para arroz, frutera y bandejas. En armonía, productos y embalajes traen una forma que conquista a primera vista.

¡Retro, una vuelta a los buenos tiempos!





A confectionery at home with La Pasticceria

Why not transform your kitchen into a real confectionery? That's the idea behind the La Pasticceria range of baking trays, cookware and roasters, ladles, cutter sets, confectionery nozzles, spatulas, beater, brush and sieve, together with dessert dishes, serving trays, baskets and much more in a genuine display of colour and joy from Único Design that is both practical and attractive. Just one look at the full range is enough to inspire the imagination to create irresistible sweets and cakes using all the items. These patterned non-stick products are a feast for the eyes and mouth-watering complement to a well-made cake and the delicate beauty of cupcakes and biscuits. There's no doubt that the kitchen is transformed into a real confectioners. The pleasure of doing well and flavourfully leads to the pleasure of tasting.

Oh! Home, sweet home



Una confitería en casa con La Pasticceria

¿Qué tal transformar la cocina en una auténtica confitería? Esa es la propuesta de la línea La Pasticceria. Son ollas, torteras y asaderas, cucharones, juegos de cortadores, boquillas para decorar, espátulas, batidor, pincel y tamiz, además de platos de postre, bandejas para servir, cestas y mucho más. Una verdadera exposición de colores y alegría con practicidad y belleza, que tiene la firma de Design Único. Basta mirar la línea completa y la imaginación se agudiza para crear dulces y tortas irresistibles para utilizar todas las piezas. Los productos con antiadherente y estampados llenan los ojos y hacen agua la boca, incluso cuando se mira una torta bien hecha, la belleza delicada de los cupcakes y galletitas. Sin duda, la cocina se transforma en una verdadera pasticciería. El placer de hacer las cosas bonitas y sabrosas lleva al placer de saborealas.

¡Oh! Hogar, dulce hogar.





A new face for Paris cookware

For those who want to do well in the kitchen, Tramontina presents the new edition of the Paris cookware range. The revamped look of these models includes five layers of Starflon non-stick finish – guaranteeing better abrasion resistance – and allows them to be used on all types of stoves and in dishwashers. Featuring internal details in cream and brown with a red outer finish, they bring a special touch of joy to the cooking space. For more classic kitchens there are pans with non-stick decorative details in black with graphite finishes. This modernised range is completed by a new design for the heat-resistant resin handles.

An alliance of refinement, good taste and innovation.

Cara nueva para las ollas Paris

Para quienes quieren hacer las cosas bien en la cocina, Tramontina presenta la nueva edición de las ollas de la línea Paris. De aspecto renovado, los modelos tienen antiadherente Starflon en cinco capas - que garantizan mayor resistencia a la abrasión - y pueden utilizarse en todos los tipos de cocina y lavavajillas. Se destacan los detalles internos, color crema y marrón y el revestimiento externo rojo, que le da un toque especial de alegría al ambiente. Para cocinas más clásicas, ollas con detalles decorativos de antiadherente negro y revestimientos grafito. La renovación se completa con el nuevo diseño de los mangos y asas de baquelita anti térmica.

Una alianza entre refinamiento, buen gusto e innovación.



Inspired by the modern woman

Delicate, entertaining and efficient, inspired by the modern woman, the Colorcut knife range from Único Design introduces a new way of looking at life. Especially coloured in different tones and patterns, they are the perfect choice for those who like to ally design with haute cuisine. Produced with painted-finish stainless blades, the range includes various types of knife: for meat, 8"; slicing and chopping, 7"; bread, 8"; kitchen, 6"; multiuse, 5" and for vegetables, 3". Colorcut knives are available in sets of different combinations, but they can also be sold individually. The handles also have new features: polypropylene with antimicrobe protection, they are ergonomic and combine perfectly with the patterns on the blades.

There's no way out, they've taken over the kitchen again.

Inspiradas en la mujer moderna

Delicados, divertidos y eficientes, inspirados en las mujeres modernas, los cuchillos de la línea ColorCut, que tienen la firma de Design Único, traducen un nuevo modo de ver la vida. Con un colorido especial, tienen diferentes tonalidades y propuestas de estampados, lo que los hace perfectos para los que les gusta aliar diseño a la alta gastronomía. Producidos con láminas de acero inoxidable y terminación pintada, la línea integra diversos tipos de cuchillos: para carne, 8"; cocina, 6", multiuso, 5" y para legumbres, 3". Los cuchillos ColorCut se presentan en tres juegos, en composiciones con piezas variadas, pero también se pueden comercializar individualmente. Los mangos también tienen innovaciones: de polipropileno con protección antimicrobiana, son ergonómicos y armonizan perfectamente con los estampados de las láminas.

No hay caso, las mujeres vuelven al dominio de la cocina.





Tramontina professional kitchens: the ingredient that makes the difference

This product range brings Tramontina into the select segment of professional kitchens and offers the perfect setting for chefs to express their art. Devised according to the requirements of contemporary gastronomy, the range includes high-quality modules and equipment with an exclusive design for the most demanding cooks. Each item is backed by the knowledge of famous Italian chefs and other professionals who practice the art of gastronomy every day, and are a reference for quality and efficiency. With the Tramontina professional kitchen range, cooks have everything to hand for mixing ingredients, blending seasonings, making the best cuts and presenting their dishes. The workbench is designed to facilitate each stage of the recipe. The 100% stainless modules offer quality, safety and elegance for installing kitchens in bars, hotels, restaurants, schools and hospitals. And very importantly, Tramontina professional kitchens come onto the market with technical support services.

An essential ingredient in the daily routine of the best chefs.

Cocinas profesionales Tramontina: el ingrediente que hace la diferencia

Con esta línea de productos, Tramontina ingresa al selecto ramo de cocinas profesionales y abre el palco perfecto para que los chefs expresen su arte. Pensada de acuerdo a las necesidades de la gastronomía contemporánea, la línea incluye equipos y módulos de alta calidad con diseño exclusivo para los cocineros más exigentes. Cada ítem se ampara en el conocimiento de renombrados chefs italianos y otros profesionales que ejercen diariamente el arte de la gastronomía. Una referencia de calidad y eficiencia. Con la línea de cocinas profesionales Tramontina, el cocinero tiene a mano todo lo que precisa para combinar ingredientes, armonizar condimentos, ejecutar los mejores cortes y presentar los platos. La bancada de trabajo se planifica para facilitar cada etapa de la receta. Los módulos, totalmente hechos de acero inoxidable, ofrecen calidad, seguridad y elegancia para la composición de cocinas en bares, hoteles, restaurantes, escuelas y hospitales. Y algo muy importante: las cocinas profesionales Tramontina ya van al mercado con asistencia técnica.

Un ingrediente que no puede faltar en el día a día de los mejores chefs.



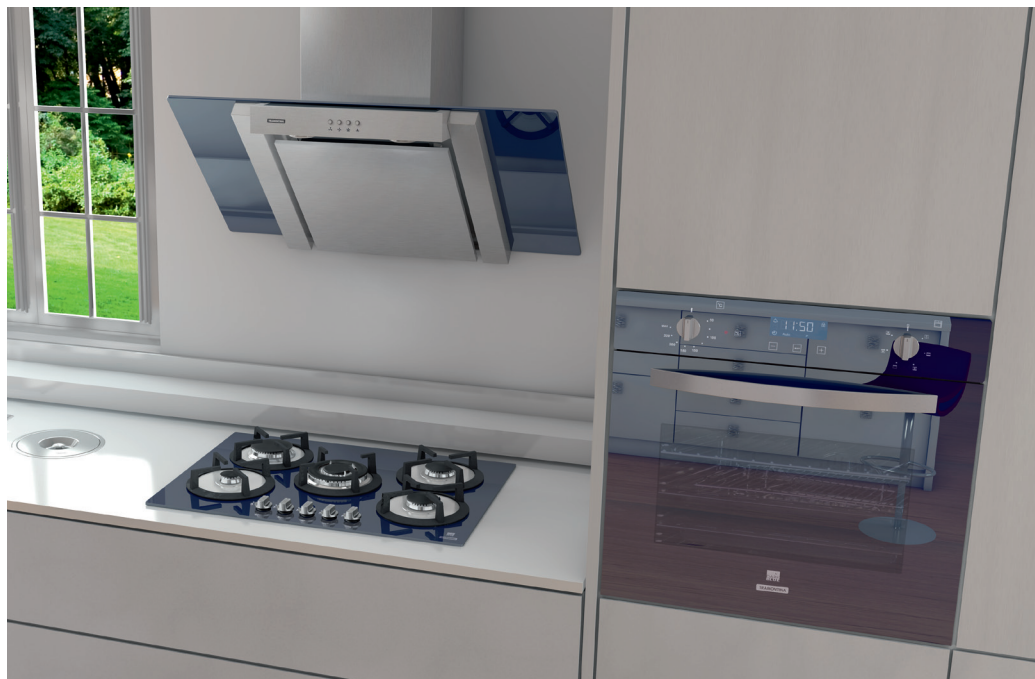


Dark blue makes it all blue

How can you revolutionise the kitchen without giving up those favourite everyday customs? Simple: just think about Tramontina's Dark Blue collection, which includes extractor, hob and oven in an innovative visual suggestion. The modern lines feature the beauty of reflective blue – the latest trend in decoration – and the collection includes the electronic-controlled Vetro Wall Flat Db 90 Extractor, with a choice of three speeds bringing together filter and extraction functions. In addition to satin-finish stainless steel, this model also features Dark Blue glass.

Todo azul con Dark Blue

¿Cómo revolucionar la cocina sin desentenderse de los viejos hábitos que nos gustan en el día a día? Es simple: basta pensar en la colección Dark Blue de Tramontina, que incluye campana, cooktop y horno en una propuesta visual innovadora. Con líneas modernas que se destacan por la belleza del azul espejado - en alta en las tendencias de decoración -, la colección tiene campana Vetro Wall Flat DB 90, con comando electrónico, que permite elegir entre tres velocidades, conjugando las funciones de depurador y extractor. Además del acero inoxidable satinado, el modelo también cuenta con vidrio en el tono Dark Blue.



The Glass Dark Blue 60 F6 oven uses cutting-edge technology to unite practicality with a design that is different from anything seen before. With an internal fan that allows food to be cooked evenly and more quickly, it also has functions such as warming, gratin, browning, defrosting, grilling and roasting. To make life easier for those in the kitchen, it comes with a digital clock timer, automatic power off, external cooling system, double-glazed door, four shelf positions and internal light. While the Penta Dark Blue 5 Gg 70 HE Safestop hob is the perfect partner for the Glass Dark Blue 60 F6 in anyone's kitchen. Allying glass sophistication with Tramontina technology, this hob has five highly efficient burners, one with three rings, and 11.3 kW of power, with a bi-volt system and safety shut off.

Blue is beautiful!

Con tecnología de punta, el horno Glass Dark Blue 60 F6, reúne practicidad y un diseño diferente de todo lo que ya se ha visto. Trae ventilador interno, que permite cocción uniforme y más rápida de los alimentos y cumple funciones como calentar, gratinar, dorar, descongelar y asar. Para facilitarle la vida a quién está en la cocina, viene con control de timer con reloj digital, apagado automático, sistema de enfriamiento de la parte externa, puerta con 2 vidrios, cuatro niveles de posición para las rejillas y lámpara de iluminación interna. Ya el cooktop Penta Dark Blue 5 GG 70 HE Safestop es la pareja ideal para el Glass Dark Blue 60 F6 en la cocina de cualquier persona. Aliando la sofisticación del vidrio a la tecnología Tramontina, el cooktop tiene cinco hornallas de alta eficiencia, una de ellas de llama triple y potencia de 11,3 kW, con sistema bivolt y válvula de seguridad.

Blue is beautiful!



Naturalle Stools: naturally beautiful

The highpoints of Naturalle stools are comfort and durability. Made from solid wood, they provide good support, lightness and an appearance that combines perfectly with different settings. They are finished in black and white lacquer paintor varnish – which highlights and preserves the natural beauty of the wood for longer.

Naturally beautiful

Banquetas Naturalle: bonitas por naturaleza

Comodidad y resistencia son los puntos fuertes de las banquetas Naturalle. Fabricadas en madera maciza, ofrecen buena sustentación, son livianas y tienen un look que combina perfectamente con diferentes ambientes. La terminación se hace con pintura laca blanca y negra o barniz - que destaca y preserva por más tiempo la belleza natural de la madera.

Naturalmente bonitas.

Where robustness meets modernity

The Alice chair introduces bright colours to transform spaces. Designed as a mixture of robustness and light lines, its composition uses the latest technology. Manufactured from polypropylene resin, the chair supports weights of up to 140 kilos, and is a fine addition to homes, restaurants and offices.

Modernity with great strength.

One chair, many creators

A partnership between Tramontina, the Odebrecht/ Braskem group, the Mais Packing Agency and four São Paulo design schools could only result in appreciation of Brazilian design and an excellent product using new raw materials. Everything comes together in the Clarice armchair, which is innovative not just in its modern appearance but also in the materials used. The views of young professionals and students about the use of plastic as raw material also added to the value of national design. The chair is made from polypropylene and glass fibre, combined together in a modern production system. Project participants included the Centro Universitário Belas Artes de São Paulo, the Fundação Armando Álvares Penteado (FAAP), the Instituto Europeo Di Design and Instituto Mauá de Tecnologia. The result could not be better.

Functional, beautiful and Brazilian!

Una silla, muchos creadores

Una sociedad entre Tramontina, el Grupo Odebrecht/Braskem, la Agencia Mais Packing y cuatro escuelas de diseño de São Paulo sólo podría resultar en la valorización del diseño brasileño y en un excelente producto concebido con la modernidad ofrecida por nuevas materias primas. Todo eso se resume en la silla Clarice, un mueble que innova no sólo por la moderna presentación, sino también por los materiales con que se concibió. Para valorizar el diseño nacional, también fue un fuerte complemento la percepción de jóvenes profesionales y estudiantes en relación a la utilización del plástico como materia prima. La silla se produjo en resina de polipropileno y fibra de vidrio, combinados en un moderno sistema de producción. Participaron del proyecto el Centro Universitário Belas Artes de São Paulo, la Fundación Armando Álvares Penteado (FAAP), el Instituto Europeo di Design y el Instituto Mauá de Tecnologia. El resultado no podría ser mejor.

¡Funcional, bonita y brasileña!

Donde la robustez encuentra la modernidad

La silla Alice trae brillos y colores que transforman ambientes. Su diseño mezcla robustez y líneas livianas en una composición que trae lo más avanzado en tecnología. Fabricada en resina de polipropileno, la silla soporta hasta 140 kilos y dice a lo que ha venido al componer ambientes residenciales, restaurantes y oficinas.

Modernidad con mucha fuerza.



Urban: furniture for enjoyable places

Who has never been tempted to sit in the shade on a comfortable park bench with the scent of flowers in the fresh air? That's the idea behind the Urban collection wooden bench with cast iron frame, which has been produced for those moments of the day. It's ideal for indoor and outdoor locations such as parks and squares and that outdoor corner of the home for reading a good book or simply enjoying nature. The Urban Collection bench offers various model options in Natural and Ecoblindage finishes.

Look, listen, feel and enjoy.

Urban: muebles para los lugares agradables

¿Quién no se sintió tentado a sentarse en un banco de plaza a la sombra, al aire libre y con el perfume de las flores? Ésta es la referencia del banco de madera con base de hierro fundido de la colección Urban, que se produjo para esos momentos del día. Es ideal para sitios internos y externos como plazas y jardines y para aquel rincón externo de la casa, donde se puede leer un buen libro o simplemente admirar la naturaleza. El banco de la colección Urban, está disponible en las terminaciones Natural y Ecoblindage. La colección también ofrece diversas opciones de modelos.

Es mirar, elegir, sentarse y aprovechar.

All the charm of Potenza chairs

Tramontina's Potenza chairs have arrived to decorate bars, clubs, restaurants and hotels with their own style and elegance. The bold modern design combines white, tobacco or natural-colour Tauari wood with highly durable seats and backs in white, red, yellow, blue, green and orange. These folding chairs provide an excellent solution for smaller spaces. Potenza chairs are practical and durable, without any lack of beauty.

Comfort in colour!

Todo el encanto de las sillas Potenza

Las sillas Potenza de Tramontina llegan para decorar bares, clubes, restaurantes y hoteles con estilo y elegancia. El diseño moderno y audaz alía la madera tauari, en color natural o tabaco al sintético de alta resistencia en los respaldos y asientos blancos, rojos, amarillos, azules, verdes y naranjas. Plegables, son una excelente solución para espacios reducidos. Las sillas Potenza son prácticas y resistentes, sin perder la belleza.

¡Comodidad en colores!



Coming together in all settings

Tramontina's new Aconchego/Casual range of folding chairs and tables is attractive, versatile and durable. Made from Tauari wood in yellow, blue, green and natural and tobacco colours, Tramontina's new folding chairs and tables are made of wood from managed forests and go well in any setting, blending in with domestic and commercial spaces alike.

Nature in colour for using and then storing!

Aconchego para todos los ambientes

Bonitas, versátiles y durables - así son las nuevas mesas y sillas plegables de la línea Aconchego/Casual de Tramontina. Hechas en madera Tauari en color natural, tabaco, amarillo, azul y verde, las nuevas mesas y sillas plegables de Tramontina se hacen con madera de reforestación y le hacen bien a cualquier ambiente. Armonizan tanto con ambientes domésticos como comerciales.

¡Naturaleza de colores para usar bien y después guardar!

In the world of children, scissors are also a pastime...

Children love new things. And Tramontina knows this with its products for the child market. The range of school scissors from Único Design is proof of this: completely rethought, the new colours and shapes are inspired by the world of children, with characters from animated cartoons. The appearance of the Slim, Basic and Soft models in the Monstercort range invites children to explore the creativity of play to the full. A union of quality, performance and ergonomics, these scissors come with Inmetro certification and are approved according to rigorous ABNT safety standards for school products.

A world of safety for youngsters to make beautiful cutouts!



En el mundo infantil, la tijera también es diversión...

A los niños les gusta la novedad. Y Tramontina está atenta a sus productos para el mercado infantil. La línea de tijeras escolares, firmada por Design Único, es prueba de eso: está totalmente renovada. Son nuevos colores y formas inspirados en el universo infantil, con personajes de dibujos animados. El aspecto de la línea Slim, Basic y Soft, de la línea Monstercort, invita los niños a explotar al máximo la creatividad del universo lúdico. Uniendo calidad, desempeño y ergonomía, las tijeras están certificadas por el Instituto de Metrología (Inmetro) y tienen aprobación de acuerdo a las más rigurosas normas de seguridad de productos escolares de la Asociación Brasileña de Normas Técnicas (ABNT).

¡Un mundo de seguridad para que los chicos hagan recortes bien lindos!



... In the world of adults, a good cut and comfortable handling

While the children are scaring each other with cutout monsters using the school scissors, adults can enjoy the sharp cut and new design of the Colorcort Range, which also has a new look. The new collection has two-tone handles and rubberised grips to provide greater user comfort. In addition to its distinctive design, the Colorcort Range includes models for activities such as gardening, sewing, hairdressing and multi-use.

A world of comfort for every cut!

.... En el mundo adulto, buen corte y comodidad en el uso

Mientras los niños juegan a asustarse con los monstruitos cortando con las tijeras escolares, los adultos disfrutan el buen corte y el nuevo diseño de la línea Colorcort, que también está con nueva cara. La nueva colección presenta mangos bicolors y aros revestidos de goma, que proporcionan más comodidad al manejarlas. Además de ese diseño diferenciado, la línea Colorcort presenta modelos para actividades como jardinería, costura, peluquería y multiuso.

¡Un mundo de comodidad para todos los cortes!

Do it yourself. The pleasure of creating

Why buy it ready-made if you can enjoy assembly at home. Tramontina's Do It Yourself range offers an alternative for those who like working with wood and handling tools as part of their daily lives. Nine different tool kits come with a detailed step-by-step manual for consumers to assemble items at home. Options include multi-use bench, nesting box, toolbox, seesaw, hat stand, bedside table, swing, dog kennel and an entertaining pair of stilts.

So many possibilities to make products to call your own!

Hágalo usted mismo. El placer de crear

¿Para qué comprar cosas ya hechas si podemos divertirnos montando en casa? Con la línea Faça Você Mesmo, Tramontina le ofrece una alternativa para los que les gusta trabajar con madera y manejar herramientas en el día a día. Son nueve kits de herramientas y un manual detallado con el paso a paso para que el consumidor monte las piezas en casa. Las opciones incluyen banquito multiuso, casa para pajaritos, caja de herramientas, subibaja, perchero, mesa de luz, hamaca, casa para perros y un divertido par de zancos de madera.

¡Muchas posibilidades para montar productos que usted puede decir que son suyos!



A new family of extensions: for intelligent homes

Tramontina now provides practical and versatile electrical extensions with the launch of the new 2P and 2P+T family of three- and five-socket extensions. Made from high-quality thermoplastic and metal materials, they comply with current technical standards and are flexible enough to be used with both 110 and 240 volts. Lengths range from 1.5m to 3m and 5m.

Versatility and safety for electrical use.

Nueva familia de extensiones: para casas inteligentes

La practicidad y la versatilidad en instalaciones eléctricas ahora están en Tramontina. Con el lanzamiento de la nueva familia de extensiones 2P y 2P+T, con modelos de tres y cinco tomacorrientes. Los componentes son materiales termoplásticos y metálicos de alta calidad, ya alineados a las normas técnicas vigentes y con flexibilidad para usarse tanto en 110 como en 220 V. El largo varía entre 1,5, 3 y 5 m.

Versatilidad y seguridad en las instalaciones eléctricas.



Wheelbarrow with shallow rounded container

Much easier for carrying loads, this 55-litre-capacity model tops the sales in its category in Brazil. The metal container and structure adapt to a wide range of activities with an excellent cost-benefit ratio. Practical and versatile, it adapts to any terrain and is ideal for heavy construction or farm work.

Justified leadership!

Carretilla con bandeja llana y redonda

Ahora es más fácil cargar. Con capacidad de 55 litros, este modelo lidera las ventas en la categoría, en Brasil. Tiene bandeja y brazos metálicos que se adaptan a las más diversas actividades y tiene una excelente relación costo-beneficio. Prácticos y versátiles, se adaptan a cualquier terreno y son ideales para trabajos pesados en la construcción civil y en la agricultura.

¡Liderazgo justificado!



Wheelbarrow with plastic container

This model is ideal for gardening and tidying up at home. Lightweight and easy to handle, it is also often used in coastal regions. Available with metal or wooden frame.

Lightweight and practical for any activity.

Carretilla con bandeja de plástico

Este modelo es ideal para jardinería y organización doméstica. Liviana y fácil de manejar, esta carretilla también se usa mucho en las regiones costeras. Se puede adquirir con brazo metálico o de madera.

Liviana y práctica en cualquier actividad.



Heavy-duty wheelbarrow

This 70-litre option for the construction industry is made with reinforced steel plate and angle iron or tubular frame, and is highly durable for heavy work.

This one's really for weightlifting!

Carretilla Extraforte

Opción para la construcción civil - con chapas de acero reforzadas y brazo de hierro ángulo o tubular y capacidad de 70 litros, son muy resistentes en trabajos pesados.

¡Trabajo arduo es para ella!





Ultra Fortis Hammers

PRO range hammers have now been patented – as have other PRO products – and are now duly protected against copies, guaranteeing consumers the quality that only Tramontina can offer. Ultra Fortis hammers have a flexible steel pin that provides safer fixing of the head to the handle and reinforcement against false blows. They also have a double-injected grip to provide more comfortable and safer handling. Tramontina holds the patent for the Ultra Fortis utility model.

The strength is in the product.

Mazas Ultra Fortis

Ahora patentadas como otros productos PRO, las mazas de la línea PRO están debidamente protegidas contra copias y le ofrecen al consumidor la seguridad de calidad que sólo Tramontina tiene. Las mazas Ultra Fortis vienen con una cuña de acero que permite mayor seguridad en la fijación de la cabeza al mango, además de ser un refuerzo contra golpes en falso. Es más: cuentan con una empuñadura de doble inyección que hace que el uso sea aun más seguro y cómodo. Tramontina tiene la patente del modelo de utilidad de las Ultra Fortis.

La fuerza está en el producto.

Twister Plus

The Twister Plus screwdriver's patented industrial design offers an ergonomic handle with rotating ends, which offer greater agility and comfort in use.

Comfortably agile

Twister Plus

El destornillador Twister Plus, con su proyecto industrial patentado, tiene mango ergonómico y extremidades giratorias que permiten más agilidad y comodidad en el uso.

Cómodamente ágil.





Comfort Cargobox and Modular Cargobox

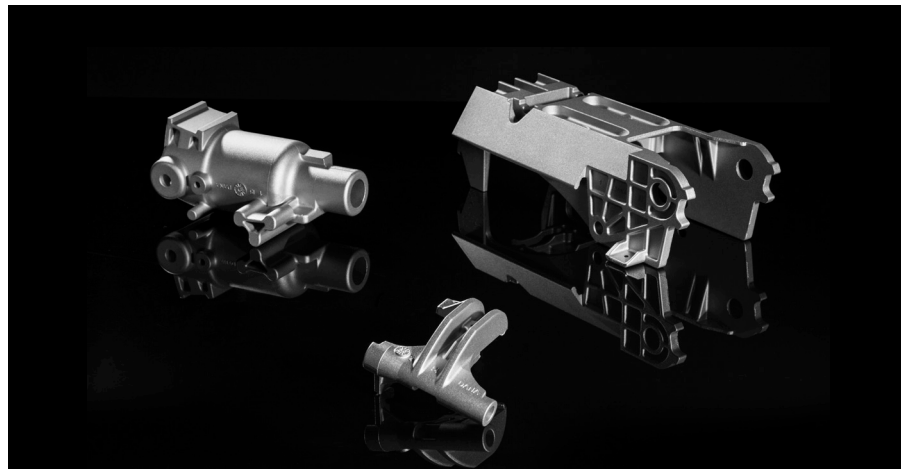
Comfort Cargobox organiser cases come with wheels, handle and drawers. They can also be used as a workbench, offering users more comfort and mobility. The modular organisers – with patented design and utility – offer the differential of being purchased separately, according to user need.

It's hard to know which to choose.

Cargobox Confort y Cargobox Modular

Las cajas organizadoras Cargobox Confort tienen rueditas, asa de arrastre y cajones. También se pueden usar como banco y le ofrecen más comodidad y movilidad al usuario. En relación a los organizadores modulares - patentados en su modelo de utilidad y proyecto industrial -, tienen su ventaja diferencial en los módulos que se pueden adquirir por separado, de acuerdo a la necesidad del usuario.

Lo difícil es saber cuál elegir.



A quality option for light trucks

A partnership with Tramontina's clients Intermach and Dana Albarus, an international company based in Porto Alegre/RS, is taking the Tramontina brand into another segment: the market for production of light truck parts. Partnership between the three organisations is developing a system of steering columns for Mercedes Benz vehicles. Production is being handled by Eletrik, one of Tramontina's ten manufacturing units, while the machining is being done by Intermach. Dana's job is to assemble the components into the steering system.

A heavyweight partner!

Opción de calidad para camiones livianos

Una sociedad con los clientes Intermach y Dana Albarus, empresa internacional con sede en Porto Alegre, Rio Grande do Sul, está llevando la marca Tramontina a un nuevo segmento: el mercado de producción de piezas para camiones livianos. Las tres organizaciones asociadas están desarrollando un sistema de columnas de dirección para los vehículos Mercedes Benz. La producción se realiza en Eletrik, una de las diez unidades fabriles de Tramontina, mientras que el maquinado lo hace Intermach. Dana se encarga de montar los componentes y conformar el sistema de dirección.

¡Una sociedad de peso!

*The arrival of
new features* *Novedades que
vienen para
sumar*



By incorporating innovations and cutting-edge technology into its industrial processes, Tramontina is bringing more institutional value to its products and also optimising production and reinforcing its mission of facilitating the daily lives of millions of clients around the world.

Al incorporar innovaciones y tecnologías de punta en sus procesos industriales, además de aportar más valor institucional a los productos, Tramontina optimiza la producción y fortalece la misión de facilitar el día a día a millones de clientes en todo el mundo.

Supervision seen “from above”

Ivo Tramontina, the son of Tramontina’s founders, has spent his childhood, youth and adulthood in contact with the shop floor, as part of the company he has always identified with and in which he has always been and advocate of modernity, expansion and technology.

Supervisión vista “desde arriba”

Ivo Tramontina, hijo de los fundadores de Tramontina, tuvo su infancia, juventud y madurez vinculadas al piso de fábricas, la parte de la empresa con la que siempre se identificó y por lo que siempre será un defensor de la modernidad, de la expansión y de la tecnología.



Tramontina S. A. Cutelaria
Starflon Division | División Starflon



Aluminium forging furnace | Horno de fusión de aluminio



Aluminium laminating | Laminación de aluminio

Cutelaria with new features in the Starflon Division

Non-stick finish aluminium products gain new followers each day. Aware of this demand, Cutelaria has set up a structure especially dedicated to aluminium casting and laminating in the Starflon Division. With 12,000 metres of buildings, this unit will reduce production and stock costs, streamline deliveries and increase the product mix. The plant produces 600 tonnes of aluminium rolls per month. The process starts with fusion of aluminium in furnaces, from which it is discharged and transformed into rolls. The roll is then laminated to reach the ideal thickness for application to the product, moving on to the machines that cut the discs. Attentive to process efficiency and environmental responsibility, the Starflon Division also recycles all production waste, which is transformed back into rolls. The company considers this bold project as strategically important for keeping aligned with the most advanced processes in the marketplace.

En Cutelaria, novedades en la División Starflon

Los productos de aluminio revestidos con antiadherente ganan nuevos adeptos todos los días. Atenta a esa demanda, Cutelaria implantó la División Starflon, una estructura especialmente dedicada a la fundición y laminación de aluminio. Con 12 mil metros cuadrados de área construida, la unidad va a reducir los costos de producción y stock, agilizar las entregas y aumentar el mix de productos. La planta produce 600 toneladas de bobinas al mes. El proceso comienza con la fusión del aluminio en hornos en los que se estampa y se transforma en bobinas. Enseguida, la bobina se lamina hasta dejarse en el espesor ideal para aplicarse al producto, pasando, después, por las máquinas que cortan los discos. Atenta a la eficiencia de sus procesos y a la responsabilidad ambiental, la División Starflon también recicla todos los retazos de la producción, que se vuelven a transformar en bobinas. Bastante audaz, el proyecto se considera estratégicamente importante para que la empresa se mantenga alineada a lo más avanzado del mercado.



CIPeD Laboratory | Laboratorio CIPeD

New wellspring of innovation

Pioneering approaches and innovation have a permanent place at Tramontina. In line with this strategy, Cutelaria has completed work on the new Central Laboratory – which is part of the unit’s Innovation, Research and Development Centre (CIPeD). Occupying 400 square metres, the space has an eye-catching architectural design with a functional layout that allows greater integration of spaces as a research centre for the development of innovations and monitoring current processes. The laboratory has the latest equipment for the development of materials, with a new electric injector, 3d printer for prototyping, a new experimental kitchen and equipment for the characterisation and development of polymers and composite materials.

Nueva cuna para la innovación

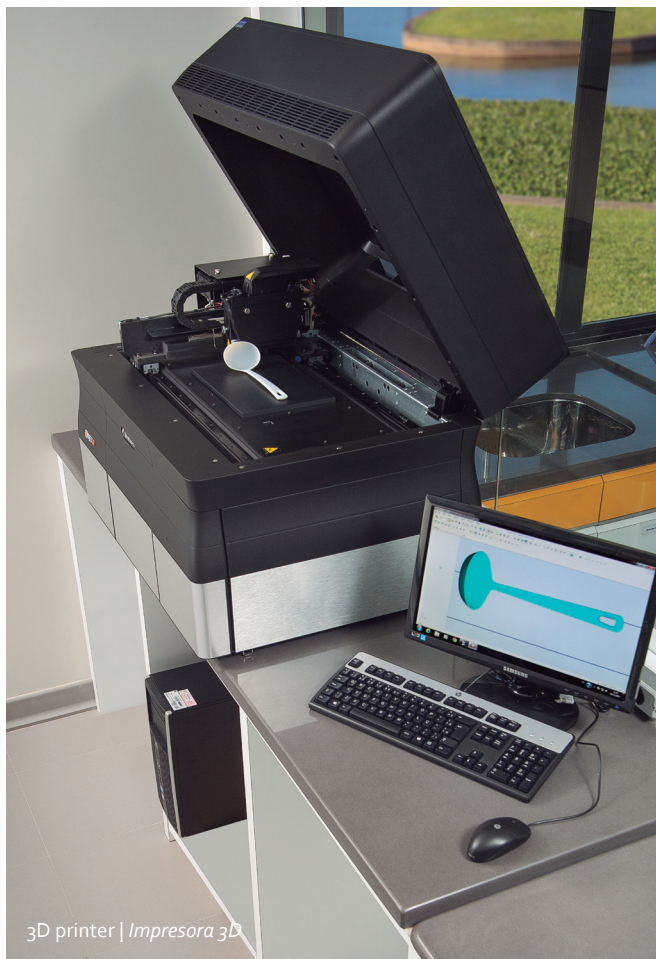
El liderazgo y la innovación tienen asiento fijo en Tramontina. Alineada a esa estrategia, Cutelaria concluye las obras del nuevo laboratorio central - emprendimiento que integra el proyecto del Centro de Innovación, Investigación y Desarrollo (CIPeD) de la unidad. Con 400 metros cuadrados de área, el espacio llama la atención por su proyecto arquitectónico, con su layout funcional, que permite más integración entre los ambientes y fue estructurado para servir de centro de estudios aplicados en desarrollo de innovaciones y acompañamiento de procesos consolidados. El laboratorio cuenta con modernos equipos para el desarrollo de materiales, como una nueva inyectora eléctrica, una impresora 3D de prototipos, una nueva cocina experimental y equipos para caracterización y desarrollo de polímeros y materiales compuestos.



Electric Injector | Inyectora eléctrica



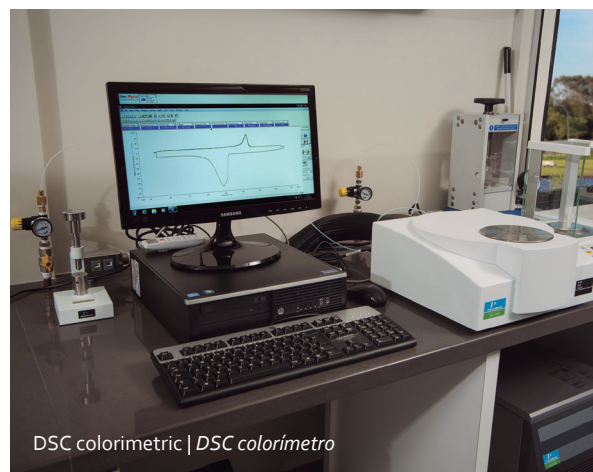
Experimental kitchen | *Cocina experimental*



3D printer | *Impresora 3D*



Infrared | *Infrarrojo*



DSC calorimetric | *DSC colorímetro*

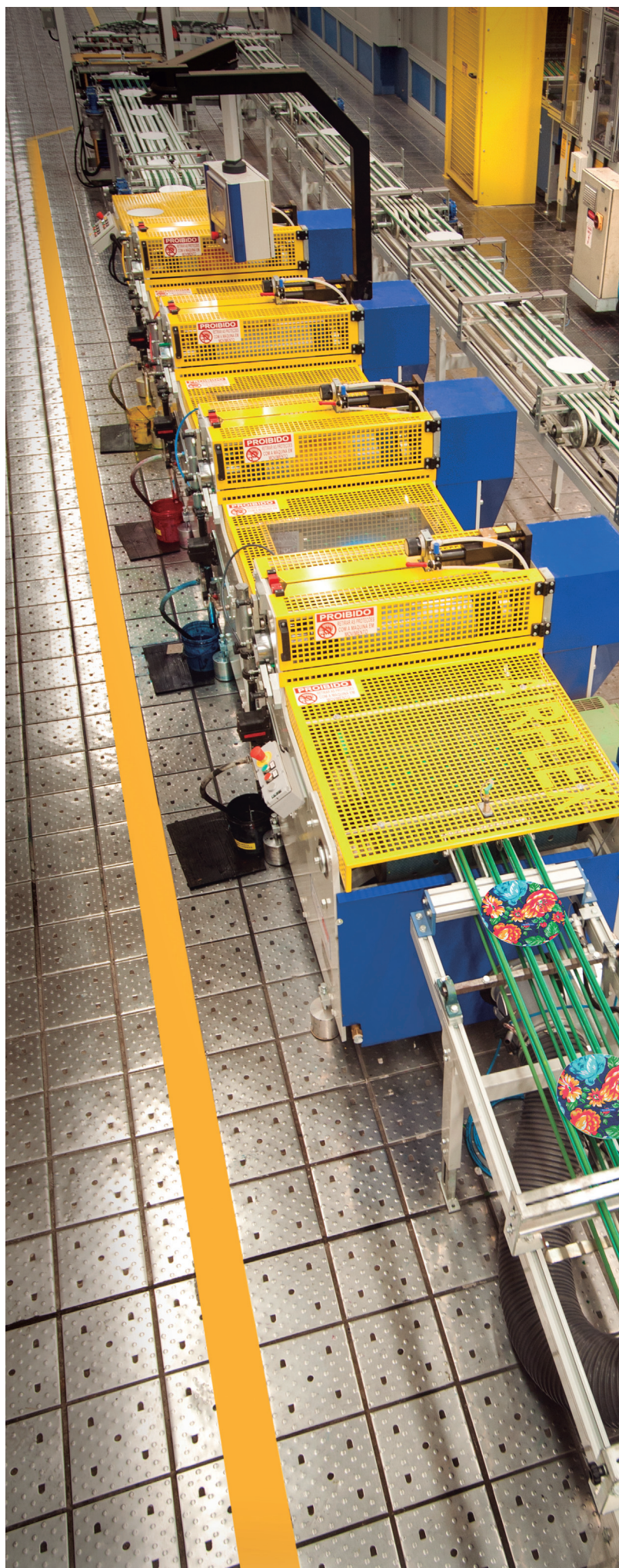


Innovation for the hydraulic press

Less noise, lower energy consumption, less oil and greater precision. Those are just some of the countless advantages of the servo-hydraulic press developed by Tramontina Cutelaria. Created with the aim of replacing traditional dual-effect presses, this new feature works by replacing many of the hydraulic elements through software management using pumps. With the continuous working of movements and pressures, the software updates the forces and reactions of each cycle by means of a load cell in the press table. This innovation has resulted in equipment with a simpler circuit than normal, allowing a 50% reduction in energy consumption and oil volume.

Innovación llega a la prensa hidráulica

Menos ruido, menos consumo de energía, menos aceite y más precisión. Esas son apenas algunas de las innumerables ventajas atribuidas a la prensa servohidráulica desarrollada por Tramontina Cutelaria. Creada con el objetivo de reemplazar las tradicionales prensas de doble efecto, la novedad tiene como base la sustitución de muchos elementos hidráulicos por la administración por software, con el uso de bombas. Con movimientos y presiones en trabajo continuo, el software actualiza los esfuerzos y reacciones en cada ciclo por medio de una célula de carga instalada en la mesa de la prensa. Semejante innovación tiene como resultado un equipo con circuito más simple que el convencional, porque permite reducciones del 50% del consumo de energía y del volumen de aceite.



Images on discs in the Starflon Division

Tramontina always seeks to maintain a strategy of allying high productivity with distinctive products. This was the intention behind Cutelaria's acquisition of equipment that allows decorative print to be applied to disc surfaces. Used extensively in the print industries, the machine uses a roller application process. A series of adaptations has been applied to the machine to enable it to be used for the groundbreaking process of printing on discs. Based on a four-stage CMYK colour-separation system (cyan, magenta, yellow and black) the machine applies one colour at a time on the white base of the disc. By superimposing colours on the surface it is possible to print images like photographs and vector illustrations. Once again, Tramontina is offering competitive differences to its clients.

Hay imágenes en el disco, en la División Starflon

Tramontina siempre trata de mantener al día la estrategia de aliar alta productividad y productos diferenciados. Con esa intención, Cutelaria adquirió un equipo que permite hacer impresiones decorativas en la superficie de discos. Bastante utilizada en industrias gráficas, la máquina trabaja con un proceso de aplicación llamado roller coating. El equipo pasó por una serie de adaptaciones para utilizarse de forma pionera en la impresión en discos. Con base en el sistema de colores CMYK (cian, magenta, amarillo y negro) en cuatro etapas, la máquina aplica un color en cada una sobre la base blanca del disco. Con la superposición de colores sobre la superficie, se pueden hacer impresiones de imágenes como fotografías y también impresiones vectoriales. Una vez más, Tramontina le ofrece ventajas y diferenciales competitivos a sus clientes.

More and better scissors

To improve productivity and precision for its machined scissor surfaces, Cutelaria's Blade Sector has brought German technology into the production process. Acquisition of a new CBC machine has brought not just significant performance improvements to several product models but has also improved working conditions by reducing the need for manual adjustments.

Por más y mejores tijeras

Para aumentar su productividad y el grado de precisión en las superficies maquinadas de las tijeras, el sector de Láminas de Cutelaria buscó tecnología alemana para aplicarla al proceso productivo. Con la adquisición de una nueva máquina CNC, Cutelaria no sólo tiene mejoras significativas en el desempeño de diversos modelos del producto, sino que también perfeccionó las condiciones de trabajo al reducir la necesidad de ajustes manuales.





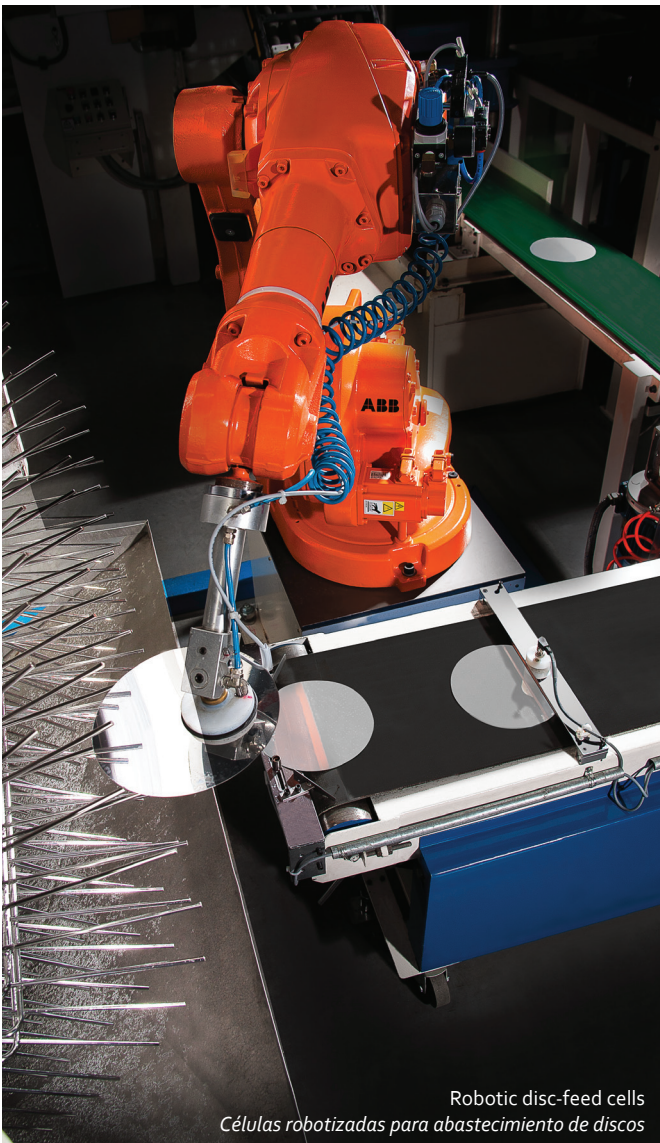
Robotic disc cleaning cells | Células robotizadas para lavado de discos

Evolution at Farroupilha with two new robots

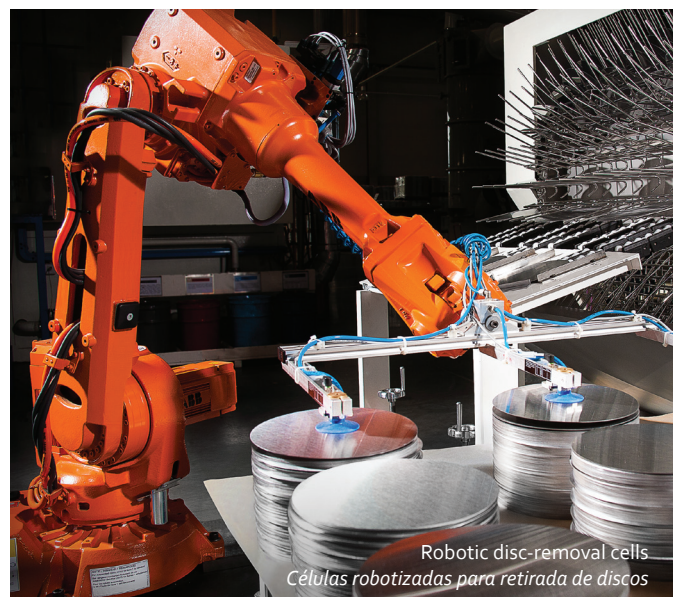
More and more, better and better. That's the spirit behind the Farroupilha unit's investment in two new robots in the new triple-base cookware plant. The stainless steel and aluminium discs are now cut and cleaned in sequence, increasing productivity by 50%. The robots streamline the process by feeding and unloading the aluminium-cleaning machine.

Evolución en Farroupilha con dos nuevos robots

Hacer cada vez más, cada vez mejor. Ese fue el espíritu que inspiró a la unidad de Farroupilha para invertir en dos nuevos robots en el pabellón de la nueva fábrica de ollas con fondo triple. Ahora, los discos de acero inoxidable y de aluminio se recortan y se lavan en secuencia, ampliando 50% la productividad. Los robots alimentan y descargan la máquina de lavado de aluminio, agilizando el proceso.



Robotic disc-feed cells
Células robotizadas para abastecimiento de discos



Robotic disc-removal cells
Células robotizadas para retirada de discos

Reinforcements for knife polishing

An exclusive machine developed in partnership with an Italian supplier has made the knife polishing process at the Farroupilha plant even more efficient and versatile. Equipped with two ABB robots, the machine is able to polish different knife models quickly and accurately. The two benches are equipped with more polishing units to further streamline the process. One bench allows complete polishing of thicker handle profiles on all sides. If necessary the machine works on just the handle sides, increasing productivity even further. Tramontina is increasingly being modernised by technology.

Refuerzo en el pulido de cuchillos

Una máquina exclusiva, desarrollada en conjunto con un proveedor italiano, hizo que el proceso de pulido de cuchillos de la fábrica de Farroupilha sea todavía más eficiente y versátil. Equipada con dos robots ABB, la máquina puede pulir diferentes modelos de cuchillos con rapidez y precisión. Son dos mesas, ambas equipadas con más unidades de pulido, haciendo que el proceso sea todavía más ágil. En una de las mesas, pinzas dobles y rotativas permiten el pulido completo del contorno de los mangos más gruesos, en todas las caras. Si es preciso, la máquina actúa sólo en las caras del mango, lo que eleva todavía más la productividad. Es la tecnología haciendo que Tramontina sea cada vez más moderna.



Robotic knife-polishing cells | Células robotizadas para pulido de cuchillos

Technology serving innovation

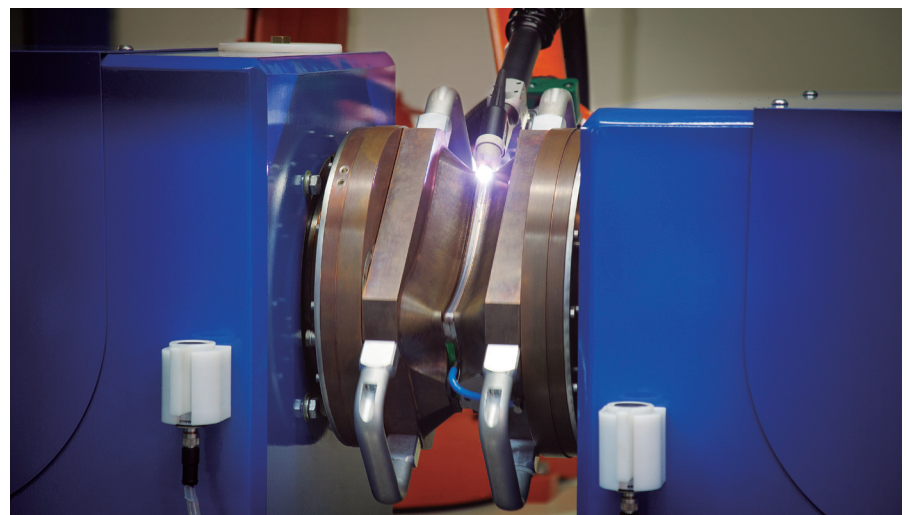
Farroupilha now has a powerful innovation tool. The new machine has been installed in the tableware plant to combine the delicacy of plasma welding with the precision of laser cutting. Developed for production of stainless steel items, the equipment is fully robotic and moves in three dimensions. Tramontina therefore has more flexibility for design innovation and bold formats that were previously unattainable with conventional stamping processes. The first results have already begun to emerge in the form of a jug, teapot and sugar-bowl range.

Tecnología al servicio de la innovación

Farroupilha ahora cuenta con una poderosa herramienta para innovar. Instalada en el pabellón de la fábrica de vajillas, una nueva máquina une la delicadeza de la soldadura a plasma con la precisión de los cortes a láser. Desarrollado para la producción de piezas de acero inoxidable, el equipo es totalmente robotizado y se mueve en tres dimensiones. Así, Tramontina tiene más flexibilidad para innovar en el diseño y audacia en los formatos que, hasta el momento, eran inalcanzables con los procesos convencionales de estampado. Los primeros resultados ya comenzaron a destacarse en las formas de una línea compuesta de jarra, cafetera y azucarero.



Weld and cutting machine with robot | Máquina de soldar y cortar con robot



Robots optimise production at Multi

Robotics guarantees quality and increases product competitiveness at Multi. Robots have allowed simplification of repetitive operations and are supported by a special team of technicians – responsible for developing, programming and integrating applications. Together with equipment already installed, the company now has 14 robots in operation and more than 20 automated processes.

En Multi, robots optimizan producción

La robotización es uno de los comodines de Tramontina para agregar calidad y aumentar la competitividad de los productos en Multi. Responsables por simplificar operaciones repetitivas, los robots cuentan con el apoyo de un equipo especial de técnicos - los grandes responsables por desarrollar aplicaciones, programarlas e integrarlas. Con los equipos ya instalados, la empresa llega a un total de 14 robots en operación y 20 procesos productivos más automatizados.



Robotic cell for blade engraving and drilling
Célula robotizada para grabado y perforación de láminas



Robotic welding cell | *Célula robotizada para soldadura*



Robotic heat-treatment cell
Célula robotizada para tratamiento térmico

Facilitating sheet use

Updated with the latest technologies, Multi has invested in a full range of sheet unrolling and cutting equipment, aimed at streamlining several production processes to achieve more competitive products.

Facilitando el uso de chapas

Actualizada con lo más moderno en tecnologías, Multi invirtió en una línea completa de equipos para desbobinar y cortar las chapas, buscando agilizar varios procesos productivos, lo que permitió que Multi tenga un posicionamiento en el mercado con productos más competitivos.



Sheet-cutting machine (un-roller) | *Máquina de corte de chapas (desbobinador)*

Robots with the right measure of perception

Tramontina Garibaldi is now using robots in new stages of the production process. In addition to the usual simpler tasks, the machines are now performing high-precision functions, such as applying glue for fixing hammer heads to the handles. This is a two-stage operation in which the robot firstly uses an applicator to apply the glue, and then uses a viewing system to identify the amount of glue that is missing. If necessary the machine makes a further application with the missing amount.

Robots con percepción de medida cierta

Tramontina Garibaldi ya utiliza robots en nuevas etapas del proceso productivo. Además de las habituales tareas de menor complejidad, las máquinas ahora operan funciones que exigen alta precisión. Es el caso de la aplicación de cemento para fijar el mango a la cabeza de los martillos, operación que se divide en dos etapas. En la primera, el robot aplica el cemento por medio de un dosificador. Después, identifica la cantidad de cemento que está faltando por medio de un sistema de visión. Si es necesario, la máquina hace una nueva aplicación de la cantidad que falta.



Robots with viewing system | Robots con sistema de visión

New appearance for organisers

Tramontina Garibaldi's tool-organiser production line is becoming increasingly diversified. The new feature is an electrostatic powder-painting centre equipped with the latest equipment. This has streamlined the unit's item-personalisation process and made it more versatile. The MFS drive – as the system is called – allows personalisation of organiser boxes and trolleys, enabling Garibaldi to introduce a wider range of options for clients by matching the trolley paint scheme to the visual identity of the purchasing company. Other new acquisitions include a fold centre with a computerised numerical command (CNC), which reduces production costs, offers greater efficiency and improves quality. Finally, the production line also includes robotic cells working in the folding process, together with welding and punch-press equipment for stamping and cutting. Technology calls the shots in Garibaldi.

Nueva apariencia de los organizadores

En Tramontina Garibaldi, la línea de producción de organizadores para herramientas está cada vez más diversificada. La novedad es el centro de pintura electrostática a polvo dotado de modernos equipos. Con ellos, la unidad adquiere más agilidad y versatilidad para la personalización de los artículos. Al impulsar el MFS - como se llama el sistema - se pueden personalizar carros y cajas organizadoras. De esa forma, Garibaldi abre un abanico mayor de opciones para los clientes, permitiendo que la pintura del carro se estandarice con la identidad visual de la empresa que lo compra. Entre las nuevas adquisiciones también está un centro de doblado. Equipado con mando numérico computarizado (CNC), el centro reduce costos de producción, proporciona más eficiencia y agrega calidad. Para completar, la línea de producción también está compuesta por células robotizadas que trabajan en el proceso de doblado, además de equipos de soldadura y punccionadoras para estampado y corte. Es la tecnología dando las cartas en Garibaldi.



Electrostatic paint centre | Centro de pintura electrostática



Extractors are now Brazilian

Tramontina Teec is taking another leap forward by expanding its product mix. Installation of a new cell will allow domestic production of kitchen extractors. The aim is to continue the expansion process. Two robotic cells have been imported from Italy to carry out the folding, welding and finishing to the extractor bodies – made from stainless steel and cut by laser. The whole process involves the work of two folding machines and two industrial robots.

Ahora, la campana es brasileña

Tramontina Teec está dando otro gran paso en la expansión de su mix de productos. Con la instalación de una célula, se podrá comenzar la nacionalización de la producción de campanas. La idea es continuar el proceso de expansión. Importadas de Italia, las dos células robotizadas se diseñaron para doblar, soldar y darle la terminación a los cuerpos de cada campana - fabricadas en acero inoxidable y cortadas. Todo el proceso envuelve el trabajo de dos dobladoras y dos robots industriales.

Robotic folding cell | Célula robotizada para doblado



Robotic welding cell | Célula robotizada para soldadura



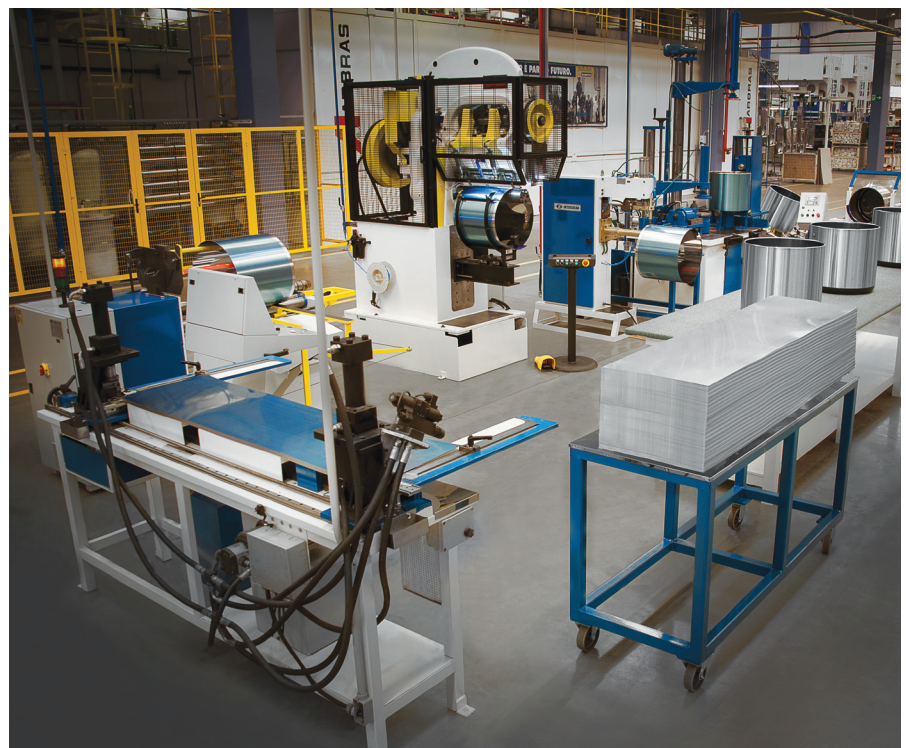
Robotic finishing cell
Célula robotizada para terminación

Sixty new items in the Teec product mix

One of Tramontina's characteristics is perception of new opportunities indicated by the marketplace. In line with this trend, Teec has invested in the expansion of its industrial premises to produce a new range of products, including waste-bins and cachepots. Made entirely of stainless steel, these products have enabled Teec to add 60 new items to the factory's product mix.

Sesenta nuevos productos en el mix de Teec

Una de las características de las empresas Tramontina es la percepción de las nuevas oportunidades que el mercado indica. Siguiendo esa tendencia, Teec invirtió en la expansión de su parque industrial para la producción de una nueva línea de productos, entre los que se encuentran basureros y cachepots. Totalmente fabricados en acero inoxidable, los productos permiten que Teec tenga 60 nuevos productos agregados al mix de la fábrica.



Delta invests in rotomoulding

Tramontina Delta's first rotomoulding machine has now come on stream to allow the production of larger or more voluminous plastic items. The carousel rotomoulder has a 3.6-metre-diameter furnace and allows work that would be impossible with a traditional injection process. The plant can now work with armchairs, sofas, tables and benches, together with playground equipment and large containers.

Delta invierte en moldeo rotacional

Tramontina Delta ha puesto en operación la primera máquina de moldeo rotacional - un equipo que permite la producción de piezas de plástico de mayor tamaño o de geometría voluminosa. La máquina de moldeo rotacional de carrusel tiene un horno de 3,6 metros de diámetro y permite desarrollar un trabajo imposible de realizarse con el proceso de inyección tradicional. Entre los productos que la unidad puede trabajar están sillas, sofás, mesas y bancos, además de playgrounds y grandes contenedores.



Eletrik streamlines aluminium fusion

The unit has set up a new aluminium fusion furnace, which has doubled alloy-fusion capacity. This equipment has two fusion tanks that can be operated simultaneously, using electromagnetic induction at 600 kW – which allows fusion of up to one tonne of aluminium per hour.

Eletrik agiliza la fusión de aluminio

La unidad ha puesto en operación un nuevo horno de fusión de aluminio que duplicó la capacidad de fundir aleaciones. El equipo, que posee dos cubas de fusión que pueden operar simultáneamente, utiliza inducción electromagnética y tiene potencia eléctrica de 600 kW - lo que permite fundir hasta una tonelada de aluminio por hora.





*A brand that's
always in the spotlight*

Tramontina is always willing to make the difference in the daily lives of all those it has some connection with. Recognition is a joy that should be shared with everyone involved in making the brand – staff, management, suppliers, clients and market partners.

*Una marca
destacada, siempre*

Tramontina está siempre dispuesta a hacer la diferencia en el día a día de todos aquellos con quienes tiene algún vínculo. Tener reconocimiento es una alegría que se debe compartir con todos los que hacen la marca - empleados, gestores, proveedores, clientes y colegas de mercado.

Tramontina opens its first exclusive store in Rio de Janeiro

October was a very important month for improving Tramontina's relations with its clients. The TStore is a 500-m² concept store in Rio de Janeiro/RJ offering more than 1,800 items in segments like Cut, Equip, Prepare, Serve, Celebrate, and Tramontina Design Collection. The TStore offers a showcase of Tramontina products and will be available not just to Brazilian consumers but also to the thousands of foreign visitors to the city. Potential visibility is even greater with the organisation of two major events in the Marvellous City: the 2014 World Cup and the 2016 Olympic Games.

Tramontina inaugura su primera tienda exclusiva en Rio de Janeiro

El mes de octubre fue muy importante para mejorar las relaciones de Tramontina con sus clientes. Bautizada TStore, se trata de una tienda-concepto inaugurada en Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, en un área de 500 metros cuadrados que ofrece más de 1.800 artículos en segmentos como Cortar, Equipar, Preparar, Servir, Festejar y Tramontina Design Collection. La T Store llegó para ser una vitrina de los productos Tramontina y estará al alcance no sólo de los consumidores brasileños sino también de los miles de extranjeros que pasan por la capital carioca. El potencial de visibilidad es aun más grande con la realización de dos grandes eventos en la Ciudad Maravillosa: la Copa del Mundo de 2014 y las Olimpiadas del 2016.



Photos | Fotos: Danilo da Costa e Silva Tinoco

The opening ceremony with Board Chairman Clovis Tramontina and Vice-chairman Joselito Gusso
Acto de inauguración por el Presidente del Consejo, Clovis Tramontina, y por el Vicepresidente, Joselito Gusso



Situated in the established Casa Shopping at Barra da Tijuca, the T Store is a space for seeing and experiencing the brand in every detail. And it is also an opportunity for Tramontina to test products and learn more about the end consumer. Experiences will be shared with its traditional clients and partners, who will be able to adapt their strategies in pursuit of even better results with Tramontina products. "We want our partners to realise that the TStore is a place that can help them to sell more", said Clovis Tramontina at the opening. "It's a win for everyone."

Ubicada en el tradicional Casa Shopping, en Barra da Tijuca, la T Store es un espacio para ver y vivir la marca en cada detalle. También es una oportunidad para que Tramontina pruebe productos y aprenda más sobre el consumidor final. Las experiencias se compartirán con los tradicionales clientes y colaboradores, que podrán ajustar sus estrategias y buscar resultados todavía mejores con los productos Tramontina. "Queremos que nuestros colaboradores se den cuenta que la T Store es un lugar que podrá ayudarlos a vender todavía más", afirmó Clovis Tramontina, en la inauguración. "Todos tienen algo para ganar".



Photo: Cassius Souza

Agas selects Businessman of the Year: Clovis Tramontina

For three decades the Associação Gaúcha de Supermercados has maintained the tradition that set the tone for the 2013 Carrinho Agas event organised by the Association of Gaucho Supermarkets – AGAS, which awards key suppliers, products and personalities in the state of Rio Grande do Sul. In addition to the selected companies and brands, four political and business personalities were selected this year by the direct votes of Rio Grande do Sul Supermarket owners. One of the business personalities was Tramontina Board Chairman, Clovis Tramontina.

Agas elije el Empresario del Año: Clovis Tramontina

Hace tres décadas la Asociación de Supermercados de Rio Grande do Sul (AGAS) mantiene la tradición que le da el tono al "Carrinho Agas 2013", evento que premia proveedores, productos y personalidades destacadas en Rio Grande do Sul. En esta edición, además de las empresas y marcas elegidas, cuatro personalidades políticas y empresariales se distinguieron mediante votación directa de los supermercadistas del estado. Uno de ellos fue el Presidente del Consejo de Tramontina, Clovis Tramontina.

Chairman of the Tramontina Board, Clovis Tramontina (C), receives the award from the AGAS President, Antônio Cesa Longo (L) and FIERGS President, Heitor José Müller (R) |

El Presidente del Consejo de Tramontina, Clovis Tramontina (C), recibe la premiación de manos del Presidente de AGAS, Antônio Cesa Longo (L) y del Presidente de FIERGS, Heitor José Müller (D)

Amaury Jr. programme visits Tramontina's Farroupilha unit

Tramontina's new triple-base cookware plant featured in a special report on RedeTV's Amaury Jr. programme. Accompanied by the Chairman of the Board, Clovis Tramontina, the TV presenter visited different sectors of the plant and revealed a little more about the processes that make it one of the most modern stainless steel cookware factories in the world. For more than 13 minutes the feature showed areas like the Stamping, Polishing and Cleaning sectors. And it also visited the Quality Control Sector – which, even with the most advanced technologies, continues to be rigorously hands-on. Finally, the TV presenter and Tramontina's Chairman of the Board talked about the Tramontina Design Collection, making a brief visit to the factory's new 100%-automated warehouse.

Programa Amaury Jr. va hasta la unidad Tramontina de Farroupilha

La nueva fábrica de ollas de fondo triple de Tramontina fue protagonista de un reportaje especial del Programa Amaury Jr, en la RedTV. Acompañado por el Presidente del Consejo de la empresa, Clovis Tramontina, el presentador visitó los diferentes sectores de la unidad, mostrando un poco más sobre los procesos que hacen de ella una de las más modernas fábricas de ollas de acero inoxidable del mundo. En más de 13 minutos, el reportaje mostró áreas como la de Estampado, Pulido y Lavado. También pasó por el Sector de Control de Calidad - que incluso con todos los avances tecnológicos, continúa haciéndose rigurosamente a mano. Al final, el presentador y el Presidente del Consejo de Tramontina conversaron sobre la Colección Tramontina Design Collection, haciendo una breve visita al nuevo almacén totalmente automatizado de la fábrica.



Part of Pope Francis's day

Tramontina was Pope Francis's daily companion during World Youth Day in Rio de Janeiro in July, providing cutlery and chairs, together with other products used at the official residence of the Archdiocese of Rio de Janeiro in Sumaré, where the Pope stayed during his week in Brazil. This was a time of faith and celebration of peace among peoples – and is a proud memory of everyone at Tramontina.

En el día a día del Papa Francisco

Tramontina le hizo compañía diariamente al Papa Francisco durante la Jornada Mundial de la Juventud, celebrada en Rio de Janeiro, en julio de 2013, participando con cubiertos y sillas, además de otros productos utilizados en la residencia oficial de la Arquidiócesis de Rio de Janeiro, en Sumaré, donde Francisco se hospedó durante la semana en que estuvo en Brasil. Un momento de fe y celebración de la paz entre los pueblos - y un recuerdo que enorgullece a todos en Tramontina.



Awards Premios

For Tramontina, annual awards, events, and certifications are important markers of brand recognition as a result of the work developed throughout the year. Check them here:

Para Tramontina, los eventos, certificaciones y premios anuales son medios importantes que marcan el reconocimiento de su marca como resultado del trabajo desarrollado a lo largo del año. Verifique:



Top of Mind (São Paulo)

Most remembered brand in the categories for | *Marca más recordada en las categorías:*

- Cutlery | *Cubiertos*
- Cookware | *Ollas*
- Tools | *Herramientas*



Top of Mind (Casa e Mercado)

- 1st place in the Cutlery Set category
1er. lugar categoría juego de cubiertos
- 3rd place in the Sinks and Basins category
3er. lugar en la categoría Piletas y Cubas



Top of Mind (Revenda e Construção Magazine | Revista Revenda e Construção)

- Electrical Extension/Line Filter (Northeast)
Extensión Eléctrica/Filtro de Línea (Nordeste)
- Garden Tools and Accessories (Northeast, Southeast and South) | *Herramientas y Accesorios para Jardín (Nordeste, Sudeste y Sur)*
- Construction Hand Tools (North, Centre, Northeast and Southeast) | *Herramienta Manual para Construcción (Norte, Centro, Nordeste y Sudeste)*
- Household Goods (North, Centre, Northeast and Southeast) | *Utilidad Doméstica (Norte, Centro, Nordeste y Sudeste)*



Top Of Mind (Amanhã Magazine | Revista Amanhã)

Most remembered brand in the categories for | *Marca más recordada en las categorías:*

- 1st place for Cutlery, unbeaten for 15 years
1er. lugar Cubiertos, invicta hace 15 años
- 1st place for Tools, with 9 consecutive wins
1er. lugar Herramientas, con 9 victorias consecutivas
- 3rd place in the Large Company/Brand from Rio Grande do Sul
3er. lugar en la categoría Gran Empresa/ Marca de Rio Grande do Sul



100 Most Prestigious Brazilian Companies | 100 Empresas de Mayor Prestigio de Brasil (Época Negócios Magazine | Revista Época Negócios)

- 7th place for quality of products and services
7º lugar en calidad de productos y servicios
- 20th place for reputation | *20º lugar en reputación*
- 21st place for prestige | *21º lugar en prestigio*



Decision Makers' Brands Marcas de Quem Decide 2013 (Jornal do Comércio)

- 1st place for memory and preference in the Tools and Cutlery categories | *1er. lugar en recordación y preferencia en las categorías Herramientas y Cubiertos*
- 2nd place as most remembered in the Major Rio Grande do Sul Brands category
2º lugar como la más recordada en la categoría Grandes Marcas de Rio Grande do Sul



500 Biggest of the South (Amanhã Magazine) | 500 maiores del Sur (Revista Amanhã)

Tramontina came 34th among the 500 biggest companies in the Southern region of Brazil, and 12th among the 100 biggest in Rio Grande do Sul | *En el ranking de las 500 mayores empresas de la región sur del país, Tramontina está en el 34º lugar y, en el ranking de las 100 mayores de Rio Grande do Sul, ocupa el 12º lugar.*



RS Exports | Exportação RS

1st place for Market Diversification
1er. lugar en la categoría Diversificación de Mercado



Anamaco 2013

- Master in the hand tools category
Máster en la categoría Herramientas Manuales
- Master in the Junction Box, Conduit and Metal Accessories category
Máster en las categorías Cajas de Derivación/ de paso y accesorios de metal
- 2nd place in the Switches, Plugs and Sockets category – Major Clients
2º lugar en las categorías de interruptores, enchufes y tomacorrientes - Grandes Clientes
- 2nd place in the Pocket Tape Measure category – Major Clients
2º lugar en la categoría Cinta métrica de bolsillo - Grandes Clientes
- Honourable mention in the Pocket Tape-measure category
Mención honrosa en la categoría Cintas métricas de bolsillo
- Honourable mention in the Electrical Extensions category | *Mención honrosa en la categoría Extensiones Eléctricas*



Best Product of the Year | Mejor Producto del Año

- 1st place in categories for
1er. lugar en las categorías:
- AP1000 Grass trimmer – garden tools
Bordeadora de césped AP1000 - herramientas para jardinería
- Claw hammer and wooden-handle round-mouth shovel – Construction hand tools
Martillo con uña y Pala de pico con mango de madera - herramienta manual para construcción
- Stainless Sink, Basin and Laundry Sink
Pileta, cuba y fregadero de acero inoxidable
- Non-stick Cookware – Household
Olla antiadherente - utilidad doméstica
- 2nd place in categories for | *2º lugar en las categorías:*
- Flex Garden Hose | *Manguera Flex para jardín*
- Painted solid wood shelf with PVC edge
Estante de madera maciza laqueado con borde de PVC
- 3rd place in categories for:
- Rack extensions | *Extensiones de percha*
- Electrical extensions/line filters
Extensiones eléctricas/filtro de línea



Professional Kitchens | Cocinas profesionales

- 1st place in the Knives and Utensils category
1er. lugar en la categoría Cuchillos y Utensilios
- 1st place in the Cutlery category
1er. lugar en la categoría Cubiertos
- 1st place in the Cookware and Frying Pan category
1er. lugar en la categoría Ollas y Sartenes
- 3rd place in the Furniture category
3er. lugar en la categoría Muebles



National Preferred Supplier Research | Pesquisa Nacional de Fornecedores Preferidos (Encuesta Nacional de Proveedores Preferidos)

VIP Brand in the Prepare and Serve Category for cutlery, chafing dish and kitchen utensils | *Marca VIP en la categoría Preparar y Servir para los productos cubiertos, réchaud y utensilios de cocina.*



CEMIG Suppliers | Fornecedores CEMIG

For the second year running, two Tramontina companies are among the best suppliers for the Minas Gerais Electricity Company (Cemig). In June, Forjasul Eletrik and Forjasul Canoas achieved recognition with the "CEMIG Suppliers" award, which is a real testament to materials supply. The award criteria of quality, safety, guarantee and price are 2013 performance targets | *Por segundo año consecutivo, dos empresas Tramontina están entre los mejores proveedores de la Companhia Energética de Minas Gerais (CEMIG) En Junio, Forjasul Eletrik y Forjasul Canoas fueron reconocidas con el premio "Fornecedores CEMIG", un verdadero certificado de suministro de materiales. Los criterios del premio son objetivos de desempeño en el 2013 - tal como calidad, seguridad, garantía y precio.*



Best Brands (Lojas Magazine) Melhores Marcas (Revista Lojas)

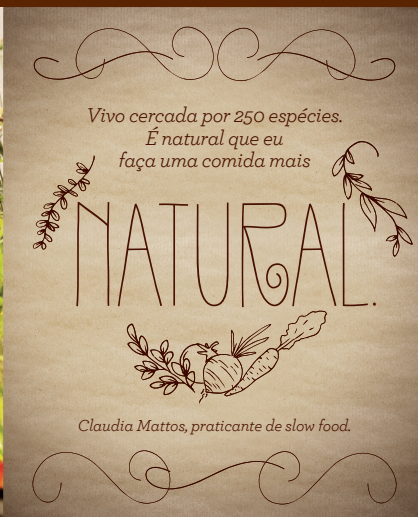
1st place in Scissors category
1er. lugar en la categoría Tijeras



Carrinho Agas 2013
Businessman of the Year
Empresario del Año



ABRE da Embalagem Brasileira
3rd place in the Product Family category for the Do-it-yourself Tool range | *3er. lugar en la categoría Familia de Productos, con la línea de Herramientas Faça Você Mesmo*



O prazer de fazer bonito.

TRAMONTINA

The good news BRAND

La marca de LAS BUENAS *noticias*

Tramontina sees market communication as more than just a way of selling. In a way it's like spreading the good news that there are always brand actions and new, high quality products to make life more practical, elegant and comfortable in both domestic and international markets.

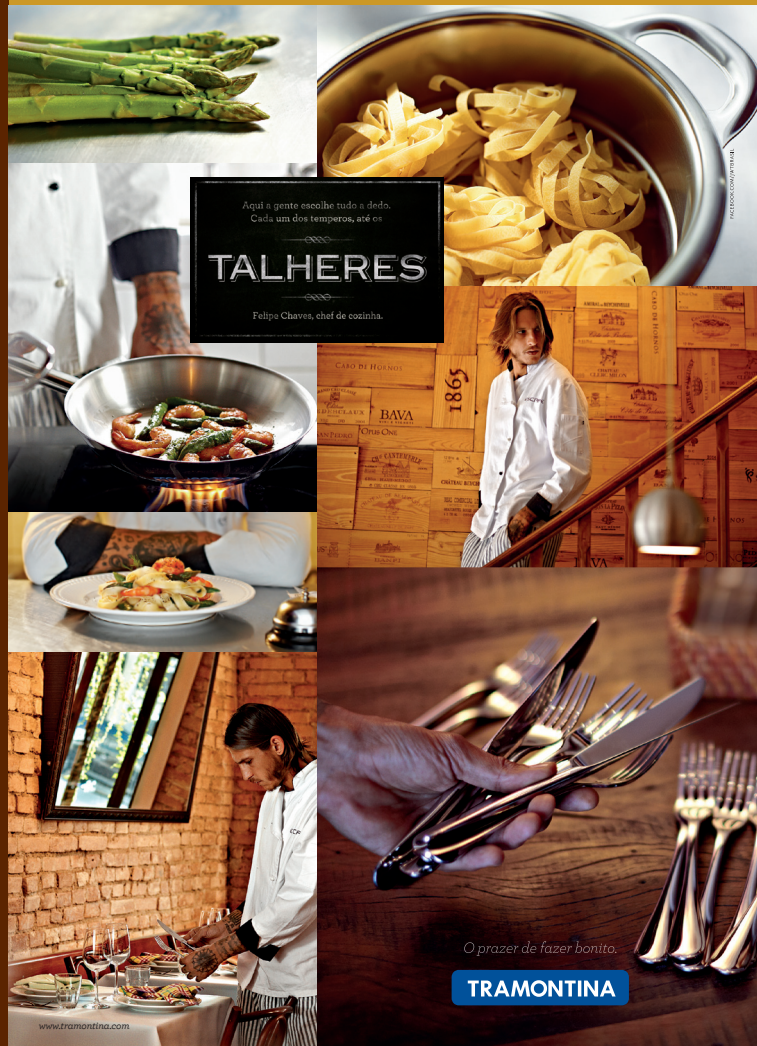
Para Tramontina, comunicarse con el mercado es algo más que una forma de vender. De cierta forma, es como divulgar una buena noticia: la de que siempre hay acciones de la marca y productos nuevos y de alta calidad para hacer que la vida sea más práctica, elegante y cómoda, en el mercado nacional e internacional.

The pleasure of doing well

The pleasure of doing well is the first reason for doing something and the consequence of both. Factors that are interconnected and generally simple everyday stories, but which make life better. It is also part of Tramontina's DNA, and can be seen in its captivating products and is part of the way it is: simple. One example of this is the "The pleasure of doing well" campaign. Having a small vegetable plot and feeding oneself with natural ingredients, getting involved in the practical business of preparation and feeling the contact of making a decorated cake for a loved one. Some chefs say that a dish made with joy always has a better flavour. That was the concept behind Tramontina's "The pleasure of doing well" campaign, depicting several scenes from the real everyday lives of people. Print media included gastronomy supplements like Paladar (Estadão) and Comida (Folha de São Paulo), together with magazines like Prazeres da Mesa, Minas Gourmet and Veja - O Melhor da Cidade. The film for television introduces products as characters interacting with the consumer and showing the charm of becoming part of people's everyday lives. Television channels included Band TV, SporTV, RBSTV and TVCOM.

El placer de hacer bien las cosas

El placer de hacer bien las cosas es la primera razón para hacer algo y la consecuencia de ambos. Son factores interconectados y generalmente historias simples del día a día, pero que hacen la vida mejor. Ese también es el ADN de Tramontina que se revela en sus productos que encantan y siendo como ella es: simple. Un ejemplo de eso es la campaña "El placer de hacer bien las cosas". Tener una pequeña huerta y alimentarse de ella con ingredientes naturales, poner manos a la obra para sentir el contacto de la preparación, hacer una torta decorada para quién se ama. Dicen algunos chefs que un plato hecho con alegría siempre tiene el mejor sabor. Ese fue el concepto que Tramontina creó para la campaña "El placer de hacer bien las cosas", mostrando varias escenas de lo cotidiano, lo real de las personas. Los medios impresos contemplaron los suplementos de gastronomía Paladar (Estadão) y Comida (Folha de S. Paulo), además de las revistas Prazeres da mesa, Minas Gourmet e Veja O Melhor da Cidade. La película creada para la televisión presenta los productos como personajes interactuando con el consumidor y muestran el encantamiento que representa para ellos el hecho de poder formar parte del día a día de las personas. El material se divulgó en los canales BandTV, SporTV, RBSTV y TVCOM.



QUEM TEM
AMA.
 QUEM NÃO TEM DESEJA.

Cookware inox Tramontina: the year of consolidation

Those who have them love them. Those who don't, want them. That was the idea behind two new Tramontina advertising campaigns featuring the Solar and Allegra ranges. Each shining in its own way; each with its individual style, but both with a single objectives: to consolidate Tramontina's market leadership in Brazil for stainless cookware.

Ollas de acero inoxidable Tramontina: el año de la consolidación

Quién te ama. Quién no te desea. Ese fue el concepto de dos campañas inéditas lanzadas por Tramontina. Destacando las líneas Solar y Allegra. Cada una con su brillo propio; cada una con su forma peculiar de ser. Pero ambas en favor de un único objetivo: consolidar el liderazgo de Tramontina en el mercado brasileño de ollas de acero inoxidable.



Solar

The unmistakable shine of Tramontina stainless steel featured in the campaign developed for the Solar range cookware. In a light-hearted film, Debora Bloch – one of Brazil's most talented actresses – was faced with an unusual situation: feeling overshadowed by the best cookware in the country. Focused on women and gastronomy lovers, the campaign ran in August and September on cable TV channels and also in magazines, newspapers and specialist websites. The material reached thousands of people in a definitive step towards making the Solar Range a reference for stainless steel cookware. With its unique design, unmistakable shine and 25-year guarantee, Solar cookware is the most loved (and wanted) by all Brazilians today.

Solar

El inconfundible brillo del acero inoxidable de Tramontina fue protagonista de la campaña desarrollada para las ollas de la línea Solar. En una película bien divertida, Debora Bloch - una de las actrices más talentosas de Brasil - se enfrenta a una situación insólita: sentirse ofuscada por la mejor olla del país. Enfocando mujeres y amantes de la gastronomía, la campaña salió entre agosto y septiembre en programas de TV por cable, además de diarios, revistas y sitios especializados. Los medios llegaron a miles de personas. Un paso definitivo para llevar la línea Solar al puesto de referencia en ollas de acero inoxidable. Con un diseño único, brillo inconfundible y garantía de 25 años, la olla Solar es, hoy, la más amada (y deseada) por todas las brasileñas.



Allegra

Sales staff Valdemar and Moacir are worried. Tramontina's new set of Allegra cookware offers five stainless steel items in up to 10 interest-free instalments of R\$ 24,90. In other words they sell themselves. Might the sales staff lose their jobs? What can Valdemar and Moacir do? The outcome of the story provides the new light-hearted campaign to promote Allegra cookware, featuring the quality of Tramontina stainless cookware at a price that Brazilians have always dreamed of. Everything to make the dream of having stainless steel cookware even more accessible – and with the easiest possible payment conditions. The film was shown on large-audience television programmes, radio and the web, reaching millions of people. And it didn't end there. Radio stations carried spots with the amusing story of Valdemar and Moacir. On the Internet, anyone typing certain keywords into the world's biggest search engine, Google, was presented with advertisements for the Allegra cookware set, including price and a link showing where it could be purchased. The film was also shown on the globo.com portal and social networks. Printed material at sales points reproduced the creative concept of the campaign in front of consumers' eyes. A real success.

Allegra

Los vendedores Valdemar y Moacir están preocupados. El nuevo juego de ollas Allegra de Tramontina trae cinco piezas de acero inoxidable hasta en diez cuotas de R\$ 24,90, sin interés. O sea, se venden solas. ¿Será que van a perder el empleo? ¿Qué pueden hacer Valdemar y Moacir? El final de la historia le da el tono del buen humor a la inédita campaña creada para promover las ollas Allegra. Destacando la calidad del acero inoxidable Tramontina con aquel precio que las brasileñas siempre soñaron. Todo para realizar el sueño de tener una olla de acero inoxidable más accesible y con condiciones de pago súper fáciles. La película fue al aire en programas de gran audiencia en la TV abierta, en radios y en Internet. Fueron millones de personas que la vieron. Y no paró ahí. Para las emisoras de radio se crearon spots con la divertida historia de Moacir y Valdemar. En Internet, quienes ingresaban ciertas palabras clave en el mayor portal de búsqueda del mundo, Google, se encontraban un anuncio del juego de ollas Allegra, ya con el precio en evidencia y el enlace indicando dónde comprarlo. La película también fue al aire en los portales globo.com y en las redes sociales. En los puntos de venta, piezas gráficas reprodujeron, ante los ojos del consumidor, el concepto creativo de la campaña. Un verdadero éxito.



High visibility with several sides

A new partnership between Tramontina and the Banco de Alimentos NGO led to the concept for the campaign 1 is good, 2 is well done – leading to the formation of other partnerships which also involved consumer support for the initiative. The initial aim of the campaign was to publicise Tramontina's coloured tableware, a highly popular product in all markets, which could also become a social responsibility action. The relationship with the NGO motivated the campaign concept in which the fascinating packaging was illustrated with half of a child's face, which when placed side by side with another formed a single happy smiling face. Looking at one packaging stimulates an immediate desire to have both. For each two pots of cutlery purchased Tramontina donated R\$ 1.00 to the NGO. Broadcast TV brought the strategy national visibility. The major domestic television networks ran commercials and vignettes in the intervals of large-audience programmes, meaning that millions of consumers were affected by the highly entertaining images and soundtrack presenting various unusual situations illustrating the concept and partnership in a light-hearted way. At the same time print advertisements also invited consumers to join in during November and December. The campaign also featured a film and posting on social networks. Various especially coloured point-of-sale materials meant that people could not ignore the campaign. Everything was aimed to attract attention and lead people to support the idea.

Alta visibilidad con varios lados

Una sociedad inédita entre Tramontina y la ONG Banco de Alimentos resultó en el concepto de la campaña 1 es bueno, 2 es hacer bien las cosas - e hizo que se fuesen formando otras sociedades, inclusive la del consumidor, apoyando la iniciativa. El objetivo inicial de la campaña era divulgar los cubiertos de colores de Tramontina, un producto de alto consumo en todos los mercados y, al mismo tiempo que también pudiese ser una acción de responsabilidad social. La relación establecida con la ONG motivó el concepto de la campaña. Ya en la creación de los embalajes - muy sugestivos, cada uno ilustrado con la mitad de un rostro infantil que, al ponerse lado a lado, completaban una sola carita sonriente y feliz. Al mirar los embalajes, inmediatamente, daban ganas de quedarse con ambas. Cada 2 potes de cubiertos comprados, Tramontina le donaba R\$ 1,00 a la ONG. La publicidad en TV abierta le dio visibilidad a la estrategia con alcance nacional. En la televisión, comerciales y viñetas en el intervalo de programas de gran audiencia fueron al aire en las principales emisoras del país, haciendo que millones de consumidores recibiesen las imágenes y la banda sonora súper divertidas, presentando varias situaciones inusitadas que ilustraban con buen humor el concepto y la sociedad. Al mismo tiempo, la comunicación impresa también invitaba al consumidor a participar por medio de anuncios publicados entre noviembre y diciembre. La campaña también tuvo destaque con una película y posts en las redes sociales. En el punto de venta, diversos materiales, con colores especiales, hacían que las personas no dejaran de verlos. Todo para llamar la atención y llevarlas a apoyar la idea.



O primeiro talher que alimenta

mais de uma pessoa ao mesmo tempo.

Talheres TRAMONTINA 48 pç. 6 pessoas

Nas melhores Lojas do Brasil.

48 Pç. 6 pessoas R\$ 49,90* cada pote

Talheres de mesa, sobremesa, chá e petisco. *Preço médio em território nacional até 31/12/2013 os encontrados durante os estoques. Consulte previamente os pontos de venda. Válido para os conjuntos de talheres nas referências: 23199070 (preto), 23199170 (azul), 23199470 (rosa) e 23199570 (amarelo).





Complete o sorriso comprando
2 potes

e a Tramontina doa



R\$ 1
Acesse www.bancodealimentos.org.br

Talheres

TRAMONTINA

1 é bom, 2 é fazer bonito.



TRAMONTINA





BEM-V

WELCOME TO BRAZIL. THE

TR



All the glamour of the Color Life and Quadrum collections

The Color Life and Quadrum collections have been making their presence felt on the pages of Florense magazine, aimed at architects, designers and consumers with high consumption potential. Distributed quarterly throughout the country, this publication provides a showcase for Tramontina Design Collection products. The advertisement for Color Life basins singled out the exclusive colours and beauty of these quartz items. Other advertisements revealed the wide range of models in the Quadrum collection, emphasising their versatility and the way in which their shapes combine with any setting. These collections were also advertised in the Serra Gaúcha Architecture Annual.

Todo el glamour de las colecciones Color Life y Quadrum

Las colecciones Color Life y Quadrum vienen marcando presencia en las páginas de la revista Florense, dirigida a arquitectos, diseñadores y consumidores con alto potencial de consumo. Distribuida trimestralmente en todo el país, la publicación es una verdadera vitrina para los productos Tramontina Design Collection. El anuncio de las piletas Color Life destacó los colores exclusivos y la belleza de las piezas fabricadas en cuarzo. Los demás trajeron la diversidad de modelos de la Colección Quadrum, con énfasis en la versatilidad - sus formas combinan con cualquier ambiente. Las colecciones también tuvieron anuncios publicados en el Anuário de Arquitetura da Serra Gaúcha.

COR É TUDO

As cubas Color Life trazem mais beleza e energia para a cozinha. São peças fabricadas em Quartzo e apresentadas em seis cores exclusivas.

Tramontina. A mais nova parceira da Florense.

www.tramontina.com/designcollection

TRAMONTINA
DESIGN COLLECTION

VINDO
HOME OF TRAMONTINA.

TRAMONTINA

EM-VINDO
COME TO BRAZIL. THE HOME OF TRAMONTINA.

TRAMONTINA

A distinctive reception for tourists

Tramontina has been welcoming tourists landing at Brazilian airports since June. The brand is present in nine of the twelve cities hosting the Football World Cup. The aim is quite clear: to welcome people arriving in the country to attend events like the Confederations Cup, which precedes the World Cup. As well as welcoming visitors, the campaign focuses on showing the diverse cultures in this continental country of Brazil. In the state of Rio Grande do Sul, the highlight was the traditional churrasco barbecue, while Rio de Janeiro, the North and the Northeast featured the tropical climate, and the Southeast, Curitiba and Brasília emphasised the business environment. So, on the wings of Tramontina, anyone visiting Brazil by air has the chance of finding out a little more about the many cultural features of the country.

Una recepción diferente para los turistas

Desde junio, Tramontina le da la bienvenida a los turistas que desembarcan en los aeropuertos brasileños. La marca está presente en nueve de las doce ciudades que serán sede de la Copa del Mundo de Fútbol. El objetivo es claro: recibir a las personas que llegaron al país dispuestas a prestigiar eventos como la Copa de las Confederaciones, que antecede la Copa del Mundo. Además de recibir a los visitantes, el foco de la campaña mostró las diversas culturas de este país continental que es Brasil. En Rio Grande do Sul, el destacado es el tradicional asado, mientras que el clima tropical dio el tono en Rio de Janeiro, en el Norte y Nordeste del país y el ambiente business en el Sudeste, en Curitiba y Brasília. Así, en las alas de Tramontina, quienes viajan en avión por Brasil tienen la oportunidad de conocer un poquito mejor las diversas particularidades culturales del país.



Tramontina Design Collection introduces application with gourmet recipes

Gastronomy lovers now have another option for enjoying the best recipes in style and elegance. The Tramontina Design Collection has launched an iPad application with gourmet recipes especially conceived for a romantic dinner, family lunch or a happy hour with friends. The application offers ideal suggestions for each occasion and also introduces the different features of the Tramontina Design Collection products, with the brand's boldest proposals for innovation and design.

Tramontina Design Collection trae aplicaciones con recetas gourmet

Los amantes de la gastronomía ahora tienen una opción más para disfrutar las mejores recetas con estilo y elegancia. Tramontina Design Collection lanzó una aplicación para iPad con recetas gourmet especialmente pensadas para una cena romántica, un almuerzo en familia o un happy hour con los amigos. La aplicación ofrece sugerencias ideales para cada ocasión y además presenta las características diferenciales de los productos de la Colección Tramontina Design Collection, que trae lo más audaz en las propuestas de innovación y diseño de la marca.

**LINDAS POR
DENTRO E
POR FORA**

As cubas Quadrum deixam qualquer tempo de cozinha ainda mais elegante. São sete modelos em inox fabricados com extrema atenção aos detalhes.

Tramontina. A mais nova parceira da Florense.

www.tramontina.com/designcollection

TRAMONTINA
DESIGN COLLECTION



Teec campaign focuses on design and technology

Teec advertised in the main publications aimed at architects, designers, engineers and the general public. The content showed that Tramontina has everything needed to complete the kitchen, from hobs and electric ovens to basins and extractors produced with advanced design and technology. Consumers and professionals could appreciate the brand's most beautiful and modern kitchen fittings in advertisements carried in Casa Vogue, Casa Claudia and Casa Claudia Luxo, Kasa, Casa e Jardim and Revista Arquitetura e Construção.

Diseño y tecnología: El foco de la campaña de Teec

Los arquitectos, diseñadores, ingenieros y también consumidores en general pudieron ver los anuncios de Teec en las principales publicaciones dirigidas a ellos. La comunicación mostraba que Tramontina tiene todo para completar la cocina. Desde cooktops y hornos eléctricos, hasta piletas y campanas fabricados con tecnología y diseño avanzados. Los consumidores y profesionales pudieron apreciar lo más bonito y moderno que la marca tiene para la cocina por medio de los anuncios publicados en las revistas Casa Vogue, Casa Claudia y Casa Claudia Luxo, Kasa, Casa e Jardim y Revista Arquitetura e Construção.

Nos nossos cooktops, tecnologia é um ingrediente que não pode faltar.

TRAMONTINA
O prazer de fazer bonito.

Cooktop Preto Plus 50x 50 HE Sidecup - 94724/104

A Tramontina tem uma linha completa de cooktops para você fazer bonito. Escolha o seu em www.tramontina.com

TRAMONTINA

Forno Inox Chef 60 P7 - 54887228



Cookware that combines with you

How about choosing between different types of stainless cookware without worrying about the price? That was Tramontina's idea behind equalising six stainless cookware ranges into the same price band – Solar, Solar Baquelite, Duo Aço, Duo Silicone, Professional and Rotonda. Sales points highlighted the new features with a highly effective visual display of award-winning modern design – which emphasised the variety of products, inviting clients to learn about the ranges and choose which one combined best with their lifestyle. In addition, promoters were trained to prepare recipes and demonstrate all the benefits of the cookware in practice. So clients had the living experience of using the product, feeling the aroma and flavour of preparing food – then it was just a matter of choosing the pan of preference. The new ranges are available in the best stores in Brazil.

Ollas que combinan con usted

¿Que tal elegir entre diferentes tipos de ollas de acero inoxidable sin preocuparse por el precio? Esta fue la propuesta de Tramontina al ecualizar seis líneas de ollas de acero inoxidable - Solar, Solar Baquelita, Duo Aço, Duo Silicone, Professional y Rotonda, todas con el mismo nivel de precio. En los puntos de venta, las novedades adquirieron valor con un expositor con diseño premiado, moderno y de gran impacto visual - que valorizaba y destacaba la variedad de los productos, invitando a los clientes a conocer las líneas y elegir la que combinase mejor con su estilo de vida. Además, las promotoras se entrenaron para preparar recetas y demostrar en la práctica todos los beneficios que las ollas ofrecen a quienes cocinan. Así, los clientes tenían la experiencia viva de utilizar el producto, sintiendo el aroma y el sabor de la preparación de los alimentos - después, sólo quedaba elegir la olla preferida. Las nuevas líneas están presentes en las mejores tiendas de Brasil.

Enquanto você leva mais sabor para a mesa, a Tramontina leva mais beleza para sua casa.

A Tramontina tem uma linha completa de forno para você fazer bonito. Escolha a sua em www.tramontina.com

TRAMONTINA
O prazer de fazer bonito.

Você pode até não saber que receita vai fazer, mas sabe que marca a sua coifa vai ter.

A Tramontina tem uma linha completa de coifas para você fazer bonito. Faça a sua escolha em www.tramontina.com

TRAMONTINA
O prazer de fazer bonito.

Coifa de parede Dinko Back Touch 09 - 04814/119

A sua cozinha vai ganhar um banho de design.

A Tramontina tem uma linha completa de cubas de esgoto para você fazer bonito. Escolha a sua em www.tramontina.com

TRAMONTINA
O prazer de fazer bonito.

Cuba de esgoto Mono 1.8C 24 Plus - 8386/123

Launched in style in the professional kitchen segment

Tramontina entered the select Professional Kitchen segment and also launched itself in the media by means of focused communication. Advertisements publicising the new product, which positions Tramontina in the growing and sophisticated gastronomy market, were carried in magazines focused on the gastronomy business market – including Cozinha Profissional, Hotel Pro, Bares e Restaurantes, Food Service and Revista Hotéis. These advertisements elegantly communicated the good news: Tramontina is now part of the promising Professional Kitchens segment, offering innovative products with the necessary high technology for gastronomic creation and production.

Estreno con estilo en el ramo de cocinas profesionales

Tramontina ingresó al selecto ramo de Cocinas Profesionales, estrenando también en los medios de comunicación dirigida. Para divulgar el nuevo producto, que lleva a Tramontina al creciente y sofisticado mercado de la gastronomía, la empresa publicó anuncios en revistas dirigidas al mercado empresarial de gastronomía - entre ellas, Cozinha Profissional, Hotel Pro, Bares e Restaurantes, Food Seervice y Revista Hotéis. Con elegancia, los anuncios comunicaban la buena noticia: ahora Tramontina forma parte del prometedor ramo de Cocinas Profesionales con productos innovadores y de alta tecnología, necesarios para la creación y producción gastronómica.

A TRAMONTINA ENTROU NO SEGMENTO DAS COZINHAS PROFISSIONAIS PARA O SEU NEGÓCIO SER AINDA MAIS PROFISSIONAL.



COZINHAS PROFISSIONAIS

- COZÇÃO
- PIZZARIA
- NEUTRO
- CONFEITARIA
- PASTA CONCEPT
- BALCÕES REFRIGERADOS
- REFRIGERADORES
- SUPERCONGELADORES

Os principais chefs do Brasil ganharam um tempero especial para as suas receitas: a Linha de Cozinhas Profissionais da Tramontina. São produtos que têm compromisso com a inovação, fabricados com alta tecnologia e a reconhecida qualidade Tramontina, perfeitos para atender às exigências da gastronomia contemporânea.

www.tramontina.com/cozinhasprofissionais

TRAMONTINA

O prazer de fazer bonito.

Promotional range: for companies to delight their customers

Tramontina has introduced a full range of products that can be personalised for the corporate market. This new venture featured in an advertising plan aimed at segment publications focused on businesspeople and advertising-agency executives. The advertisements ran in July and August in Exame and Meio & Mensagem magazines, together with other publications focused on the promotional sector, such as the Abigraf magazine and Guia Bríndice, always singling out the distinctive features of the Promotional range for presenting gifts to clients and staff. The Promotional Range also featured on the Internet with website actions and newsletter mailing. All targets are being fully achieved.

Línea Promocional: para empresas que encantan clientes

Tramontina trae al mercado corporativo una línea completa de productos personalizables. La novedad se destacó en un plan de comunicación dirigido a publicaciones segmentadas, que enfocan empresarios y ejecutivos de agencias de publicidad y promociones. Los anuncios circularon entre los meses de julio y agosto en las revistas Exame y Meio&Mensagem, además de otras con foco en el ambiente promocional, como la Revista de Abigraf y Guia Bríndice, siempre destacando los diferenciales de la línea Promocional para quienes quieren hacerle un regalo a clientes y empleados. La línea Promocional también se destacó en Internet, con acciones en el sitio y envío de newsletters. Los objetivos se están alcanzando plenamente.

Linha Promocional
TRAMONTINA
muita variedade



INÚMERAS POSSIBILIDADES

Escolha a linha que mais combina com a sua empresa. Temos produtos para Bar, Churrasco, Servir, Chá e Café, Gourmet, Ferramentas, Hobby, Faqueiros, Mesas e Cadeiras.

TRAMONTINA

www.tramontina.com/promocional

**Vai abrir um negócio?
Não compre talheres sem antes orçar com a gente:
www.tramontina.com/empresarial**

- 46 linhas de talheres
- Frete grátis em todo o país
- Condições especiais
- Entrega imediata
- Atendimento personalizado

TRAMONTINA
O prazer de fazer bonito.

Contatos regionais: AC, DF, GO, MT, MS, RO, TO – Fone: (62) 3272.2100 | AL, CE, PE, PI, RN – Fone: (81) 3454.8800 | AP, AM, MA, PA, RR – Fone: (91) 4009.7700
RJ – Fone: (21) 2224.5004 | BA, SE – Fone: (71) 3215.8266 | MG, ES – Fone: (31) 3223.4026 | PR, SC – Fone: (41) 2111.9110 | RS – Fone: (51) 2101.5000 | SP – Fone: (11) 4197.1266

Highlighting the business range

Tramontina is alert to potential growth opportunities for the Business Range, which includes food service and bars and restaurants. In the light of this, the company developed a media strategy to publicise the variety of the Business Range of products and the benefits and differentials that only Tramontina brings to the segment. Advertisements were carried in Brazil's main publications, magazines like *Época - O Melhor de São Paulo*, *Folha de S. Paulo - O Melhor de São Paulo*, *Caderno Paladar do Estadão*, *Veja - Comer & Beber*, *Hotel Pro*, *Hotel News*, *Nutrinews*, *Hotelaria*, *Hotéis*, *Food Service*, *Bares e Restaurantes* and *Cozinhas Profissionais*.

Línea Empresarial protagonist

Tramontina está atenta a las oportunidades de negocios con potencial de crecimiento de la Línea Empresarial Protagonist. Entre ellos están el de food service y el de bares y restaurantes. Ante esa perspectiva, la empresa montó una estrategia de medios que divulgó la variedad de productos de la línea Empresarial y los beneficios y diferenciales que sólo Tramontina le trae al ramo. Los anuncios se divulgaron en las principales publicaciones dirigidas del país. Entre ellas, las revistas *Época - O Melhor de São Paulo*, *Folha de S. Paulo - O Melhor de São Paulo*, suplemento *Paladar de Estadão*, *Veja - Comer & Beber*, *Hotel Pro*, *Hotel News*, *Nutrinews*, *Hotelaria*, *Hotéis*, *Food Service*, *Bares e Restaurantes* y *Cozinhas Profissionais*.

Closer to the little ones

What do children want out of life, other than lots of fun? Thinking about the younger consumer, Tramontina launched a special campaign to promote its Children's Range. Actions throughout the year developed closer relationships with children – playfully working with commemorative dates, such as back-to-school, Children's Day and Christmas. Tramontina promoted its products by developing a banner and tabloid, together with extensive actions on social media – where the children's line was publicised on website banners, sponsored Google links and Facebook cards.

Más cerca de los chicos

¿Qué más quieren los niños que no sea mucha diversión? Pensando en los pequeños consumidores, Tramontina lanzó una campaña especial para promover la línea Infantil. A lo largo del año, diversas acciones estrecharon la relación con los chicos - trabajando los productos de forma lúdica en fechas conmemorativas, como la vuelta a la escuela, el Día de los Niños y Navidad. Para promover los productos, Tramontina desarrolló un banner y un tabloide, además de una amplia acción en las redes sociales - donde la línea Infantil se divulgó con banners en sitios, enlaces patrocinados en Google y cards en Facebook.

Toda criança merece viver no mundo da imaginação.

COLEÇÃO

INFANTIL TRAMONTINA

Toda criança merece Tramontina.

TRAMONTINA



Summer is Tramontina Season

Tramontina went to the Rio Grande do Sul coast to greet holidaymakers in the most awaited season of the year. Interactive spaces were set up on the busiest beaches in the region – Atlântida, Xangri-Lá, Tramandaí, Cassino, Imbé, Capão da Canoa and Torres – on seven weekends in December, January and February. Visitors would come across giant Tramontina products and were welcomed by stewards and games – all to make the summer even more fun and enjoyable. Tramontina Season, as the campaign was known, also involved social-network actions. Outdoor media featured a huge 110-metre panel positioned at km 1 of the Estrada do Mar, one of the most visible spots on the road to the coast. A jingle carried the rhythm of the promotion on the region’s main radio stations, alternating with announcements publicising beach actions. Two advertisements were also carried in the December and January editions of FreeWay magazine, which is distributed at the BR-290 toll-booth filling station on the way to the coast. Tramontina Season also reached the state of Santa Catarina with panels and illuminated hoardings along the main coastal highways in the state, together with the campaign jingle on the region’s main radio stations.



El verano es Temporada Tramontina

Tramontina fue hasta las playas de Rio Grande do Sul a hacerle regalos a los turistas en la estación más esperada del año. En las playas más conocidas de la región, como Atlântida, Xangri-lá, Tramandaí, Cassino, Imbé, Capão da Canoa y Torres, se instalaron espacios interactivos durante siete fines de semana en los meses de diciembre, enero y febrero. Los que iban a esos espacios se encontraban con productos Tramontina gigantes y eran recibidos con halagos y juegos - todo para hacer que el verano fuese todavía más divertido y placentero. La Temporada Tramontina, como se llamó la campaña, también involucró acciones en redes sociales. En medios externos, lo más destacado fue un panel gigante de 110 metros, instalado en el km 1 de la carretera Estrada do Mar, uno de los puntos con mejor visibilidad en el trayecto que lleva al litoral. Un jingle llevó el ritmo de la promoción a las principales radios de la región, alternado con spots que divulgaban las acciones en la playa. También se publicaron dos anuncios en las ediciones de diciembre y enero de la revista FreeWay, distribuida en el puesto de peaje de la carretera BR-290, que lleva a la costa de Rio Grande do Sul. La Temporada Tramontina también llegó al estado de Santa Catarina, con paneles y front lights instalados a lo largo de las principales carreteras del litoral del estado, además del jingle de la campaña divulgado en las principales emisoras de radio de la región.





Tramontina presence at Círio de Nazaré

Tramontina prepared a major campaign and mobilised various sales points to celebrate Círio de Nazaré in Belém/PA. This annual event on the second Sunday in October is one of the biggest and most beautiful religious displays in the world – a procession in honour of Nossa Senhora de Nazaré – experienced every year by 2 million people in the state capital of Pará. Tramontina was not left out of this great party. The October campaign welcomed worshippers with outdoor media, billboards throughout the city and also with point-of-sale material.

Tramontina marca presencia en el Círio de Nazaré

Tramontina preparó una gran campaña y movilizó diversos puntos de venta para celebrar el Círio de Nazaré, en Belém, Pará. Realizada anualmente, siempre el segundo domingo de octubre, la procesión rinde homenaje a Nuestra Señora de Nazaré y es una de las más grandes y bellas manifestaciones religiosas del mundo. Todos los años, más de 2 millones de personas van a vivirla en la capital de Pará. Tramontina no se perdió esa gran fiesta. Con la campaña divulgada en octubre, la marca recibió a los devotos con medios externos, en outdoors desparramados por la ciudad y también con materiales de punto de venta.



When it comes to gastronomy, Tramontina is there

Appreciation of the world of gastronomy and eno-gastronomy has always been a priority for Tramontina. So once again the brand marked its presence at events like Paladar – Cozinha do Brasil, Prazeres da Mesa – Melhores do Ano and Mesas Tendências. Opportunities like these bring chefs, sommeliers, researchers and aficionados even closer to the brand, and all the products are highly valued.

En gastronomía, hay Tramontina

Prestigiar el mundo gastronómico y enogastronómico siempre es una prioridad de Tramontina. Así, una vez más, la marca estuvo presente en los eventos Paladar - Cozinha do Brasil, Prazeres da mesa - Melhores do Ano e Mesas Tendências. En oportunidades como esas, los chefs, sommeliers, estudiosos y apreciadores se acercan todavía más a la marca y todos los productos son muy prestigiados.

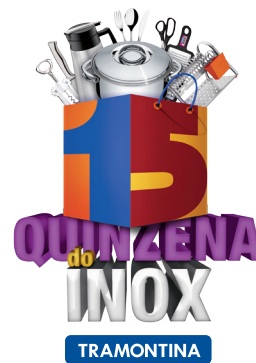


Unmissable opportunities during Offers Fortnight in the North

It's already become a tradition: every year consumers in the North Region of Brazil are awarded with Offers Fortnight, a major promotional campaign introducing unmissable opportunities in different stores in the region. The campaign includes special displays at sales outlets and placements on radio and television broadcasts, together with loudspeaker cars circulating throughout the city. Occurring in August and September, the campaign reached several cities in the states of Pará and Amazonas. The Tramontina team was greatly encouraged by the receptivity of clients and consumers in the North.

Oportunidades imperdibles en la Quincena de Ofertas en el Norte

Ya se ha convertido en una tradición: todos los años, los consumidores de la Región Norte de Brasil son premiados con la Quincena de Ofertas, una gran campaña promocional que trae oportunidades imperdibles en diferentes tiendas de la región. La campaña engloba una ambientación de puntos de venta, además de inserciones en emisoras de radio, televisión y hasta automóviles con parlantes que circulan en la ciudad. La campaña ocurrió en agosto y septiembre, llegando a diversas ciudades de los estados de Pará y Amazonas. La receptividad de clientes y consumidores del Norte dejó entusiasmado al equipo de Tramontina.



Stainless steel Fortnight mobilises shops in the Northeast

Tramontina's stainless steel range was the star of the Stainless steel Fortnight campaign which mobilised more than one hundred sales outlets in the Northeast Region of Brazil. Cookware, cutlery, the serving range, knives and waste bins shone in a strongly promotional campaign, with striking colours and a feature highlighting the number 15 – suggesting the fortnight. Sales points joined the campaign with staff wearing promotional T-shirts, an offers leaflet, banners and window stickers. Actions such as tastings and gift raffles were also organised for people purchasing Tramontina stainless products. Stainless steel fortnight was a great success.

Quincena del Acero Inoxidable moviliza tiendas del Nordeste

La línea Inox de Tramontina fue la gran vedette de la Quincena del Acero Inoxidable, campaña que movilizó más de cien puntos de venta en toda la Región Nordeste de Brasil. Ollas, cubiertos, línea de servir, cuchillos y basureros brillaron en una campaña caracterizada por el tono fuertemente promocional, con colores impactantes, además de un gimmik que traía el "15" destacado - en alusión a la Quincena. Los puntos de venta entraron en la campaña con vendedores vestidos con la camiseta promocional, tabloide de ofertas, banderolas y adhesivos de vitrina. También se realizaron acciones como degustaciones y sorteos de regalos entre los que adquirirían los productos de acero inoxidable de Tramontina. La Quincena del Acero Inoxidable fue un éxito.

Present throughout the construction process

With a full range of tools for the construction industry, Tramontina shows that it can be present from start to finish of any building project. The company emphasised its versatility in an advertising campaign featuring items like wheelbarrows, electrical materials, surface-mounted sinks and basins, and hand and power tools. The advertisements were carried from May to December in the two largest magazines in the segment in Brazil – Anamanco and Revenda e Construção – showing Tramontina tools being used at every stage of the building works, from the beginning to the finishing touches.

Presente en todas las obras

Con una línea completa de herramientas para la construcción civil, Tramontina muestra que puede estar presente al inicio y al final de cualquier obra. Para resaltar esa versatilidad, la empresa lanzó una campaña destacando artículos como carretillas, materiales eléctricos, piletas de superponer y piletas, además de herramientas manuales y eléctricas. Publicados desde mayo a diciembre en las revistas Anamanco y Reevenda e Construção, las dos mayores publicaciones del ramo en Brasil -, los anuncios mostraron las herramientas Tramontina siendo utilizadas en todas las etapas de evolución de una obra, desde el comienzo hasta los detalles de las terminaciones.

www.tramontina.com



A TRAMONTINA TEM TUDO, DO INÍCIO AO FIM DA OBRA.
Materiais elétricos, pias e cubas, ferramentas, todas as soluções de que uma obra precisa.



TRAMONTINA
Construção Civil

www.tramontina.com



A TRAMONTINA TEM TUDO, DO INÍCIO AO FIM DA OBRA.
Materiais elétricos, pias e cubas, ferramentas, todas as soluções de que uma obra precisa.



TRAMONTINA
Construção Civil

www.tramontina.com



A TRAMONTINA TEM TUDO, DO INÍCIO AO FIM DA OBRA.
Ferramentas, materiais elétricos, pias e cubas, todas as soluções de que uma obra precisa.



TRAMONTINA
Construção Civil

www.tramontina.com



A TRAMONTINA TEM TUDO, DO INÍCIO AO FIM DA OBRA.
Ferramentas, materiais elétricos, pias e cubas, todas as soluções de que uma obra precisa.



TRAMONTINA
Construção Civil

Sistema exclusivo de personalização platera de acordo com o padrão visual da oficina.



Mantagem personalizada da composição das greivas.



Marcação de soma de moedas e seta na ferramenta.



Indicador emborrachado com ímã duplo.



Carretéis telescópicos permitidos abertos de 100% da gama.



www.tramontina.com/pro

TRAMONTINA
PRO
FERRAMENTAS PROFissionais

Numa corrida a 250km/h, não temos tempo para nada, muito menos para errar.

Tramontina PRO. Testada e aprovada por profissionais como Aloysio Andrade, chefe da equipe triacampeã da Stock Car Montana.

PRO, filled with professionalism, agility and partnerships

Why meddle with a winning team? Believing in the success of this professional group, Tramontina continued with Aloysio Andrade, head of the Stockcar Montana team, as the face for its Professional Tools campaign. The campaign included statements from professionals in the highly demanding automotive and industrial field, depicting situations in which the use of quality tools is essential for successful working. Advertisements aimed at the automotive sector were carried from January to December in Jornal Oficina Brasil, and aimed at the industrial sector in Revista Nei. Advertising spots also appeared on radio stations in important markets like São Paulo, Rio Grande do Sul and cities like Curitiba/PR and Belo Horizonte/MG.

PRO, mucho profesionalismo, agilidad y cooperación

¿Por qué pertenecer a un equipo que está ganando? Fue creyendo en la victoria de ese grupo profesional que Tramontina mantuvo como símbolo de la línea de herramientas profesionales al jefe del equipo de Stockcar Montana, Aloysio Andrade. La campaña tuvo el testimonio de profesionales del ramo automovilístico e industrial, donde el nivel de exigencia es muy alto, mostrando situaciones en las que el uso de herramientas de calidad es imprescindible para el buen desempeño de los trabajos. Entre enero y diciembre, se publicaron anuncios destinados al ramo automovilístico en el Diario Oficina Brasil, y a la industrial, en la Revista Nei. También fueron al aire spots en emisoras de radio de importantes mercados como São Paulo, Rio Grande do Sul y ciudades como Curitiba/Paraná y Belo Horizonte/Minas Gerais.

PRO Express

The PRO Express system used by the Tramontina Garibaldi unit that makes the PRO Range is another advantage offered to market partners. This system offers clients personalised attendance, allowing the purchase of professional tools with streamlined delivery. Orders are dispatched on the same day, or the day after at the latest.

PRO Express

El sistema PRO Express utilizado por la unidad Tramontina Garibaldi, fabricante de la línea PRO, es otra ventaja ofrecida a los colegas del mercado. En ellos, los clientes tienen una atención personalizada, haciendo que puedan comprar herramientas profesionales con más agilidad en la entrega. Los pedidos de ese sistema se embarcan el mismo día o, como máximo, al día siguiente.



Ferramentas de segurança antifascantes:

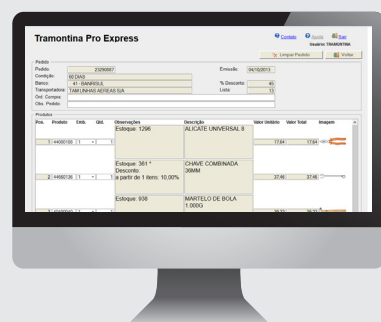
- Não geram faíscas quando golpeadas ou utilizadas.
- Não são ferromagnéticas.
- Resistentes à corrosão.
- A liga de cobre-berílio Tramontina PRO é superior a outras ligas antifascantes disponíveis no mercado.

www.tramontina.com/pro

TRAMONTINA
PRO
FERRAMENTAS PROFissionais

Dentro de uma fábrica, cuidar da segurança do trabalhador é o mais importante.

Ferramentas Tramontina PRO. Testadas e aprovadas por profissionais que buscam segurança, precisão e qualidade.



More beautiful gardens with Tramontina

There's something new in the garden. That was the campaign to publicise the range of trimmers and lawnmowers and other gardening items. The strategy involved specialist gardening publications aimed both at professionals in the field and at end consumers. Advertisements were carried in *Natureza* and *Paisagismo & Jardinagem* magazines, together with radio spots about the everyday situations of gardening professionals.

Jardines aun más bonitos con Tramontina

Hay novedades en el jardín. Esa fue la campaña lanzada para divulgar la línea de bordeadoras y cortadores de césped, entre otros artículos de jardinería. La estrategia de comunicación abarcó vehículos especializados en jardinería, que conversan tanto con profesionales del ramo como con consumidores finales. Se publicaron anuncios en las revistas *Natureza* y *Paisagismo & Jardinagem*, además de divertidos spots para las emisoras de radio, pasando a los oyentes situaciones del día a día de los profesionales que cuidan de jardines.



Giz switches. A world of colours

The colour range and design of Giz electric switches were introduced to electricians and sales staff in *Eletricidade Moderna* magazine, one of the oldest publications in the electricity segment. End consumers were targeted in *Minha Casa* magazine, which is considered the real guide for people who are always looking for new approaches to decorating the home. Radio media was also used, with material presented on several stations in the regions of Rio Grande do Sul and São Paulo. The campaign ran from August to December and was a glowing success.

Interruptores Giz. Un mundo de colores

La variedad de colores y diseño de la línea Giz de interruptores eléctricos se le presentó a los electricistas y vendedores en la revista *Eletricidade Moderna*, una de las más tradicionales del ramo de electricidad. Para comunicarse con el consumidor final, el vehículo elegido fue la revista *Minha Casa*, considerada una verdadera guía para las personas que siempre están detrás de novedades para decorar la casa. La agilidad de la radio también se utilizó, con material divulgado en diversas emisoras del interior de Rio Grande do Sul y São Paulo. La campaña se divulgó desde agosto a diciembre y brilló.





A Tramontina takes the field

In the shout of "goal"; in celebration of a great victory; in the emotions of the spinning ball –Tramontina is there. In 2013 the brand featured at the key moments of some of the most popular soccer teams in Latin America. Six major teams were sponsored by Tramontina: River Plate (Argentina), Cerro Porteño (Paraguay), Blooming and Bolívar (Bolivia), Nacional and Peñarol (Uruguay).

Tramontina entra en campo

En un grito de gol; en la celebración de una gran conquista; en las emociones de la pelota rodando, allí está Tramontina. En el 2013, la marca estuvo presente en los momentos más marcados de algunos de los equipos de fútbol más populares de América Latina, con patrocinios que ayudaron a consolidarla ante el consumidor en diferentes países. Seis grandes equipos contaron con el patrocinio de Tramontina: River Plate (Argentina), Cerro Porteño (Paraguay), Blooming y Bolívar (ambos de Bolivia), Nacional y Peñarol (ambos de Uruguay).



Photo courtesy of Club Nacional de Fútbol
Foto cortesía del Club Nacional de Fútbol



Flying ever further

Crossing boundaries every day and travel companions to millions of people around the world, inflight magazines therefore offer Tramontina options for flying to ever more distant markets. The brand currently appears in eight inflight magazines – seven in Latin America and one in Africa. In 2013 alone, Tramontina appeared in the publications of Lan (Chile), Aerolíneas Argentinas (Argentina), Taca (Peru), Tame (Ecuador), BOA (Bolivia), Selamta (Ethiopia), Aeroméxico (Mexico) and Copa (Panama).

Volando cada vez más lejos

Ellas atraviesan fronteras todos los días y son compañeras de viaje de millones de personas en todo el mundo. Por eso, las revistas de abordo son una de las grandes apuestas de Tramontina para volar a mercados cada vez más distantes. Actualmente, la marca está presente en ocho revistas de abordo - siete de América Latina y una de África. Sólo en el 2013, Tramontina marcó presencia en las publicaciones de Lan (Chile), Aerolíneas Argentinas (Argentina), Taca (Perú), Tame (Ecuador), BOA (Bolivia), Selamta (Etiopía), Aeroméxico (México) y Copa (Panamá).



A shower of kitchen goods on Mother's Day

Mothers were the lead characters in a Tramontina promotion campaign during April and May in Colombia, Ecuador, Peru and Paraguay. When purchasing Tramontina stainless cookware, consumers competed for a set of 95 essential everyday kitchen products. The effect was amazing. On the eve of Mother's Day thousands of consumers had left coupons in boxes at the 209 participating stores. A total of 45 winners from the four countries were able to equip their kitchens with the quality and elegance of Tramontina products.

Un baño de cocina el Día de las Madres

Las mamás fueron protagonistas de una campaña promocional realizada por Tramontina entre los meses de abril y mayo en Colombia, Ecuador, Perú y Paraguay. En la compra de ollas de acero inoxidable Tramontina, los consumidores concurrían a un kit con 95 productos indispensables en el día a día de la cocina. La repercusión fue alentadora. En vísperas del Día de las Madres, miles de consumidores ya habían depositado cupones en las urnas ubicadas en las 209 tiendas participantes. En total fueron 45 ganadores en los cuatro países que pudieron equipar sus cocinas con la calidad y la elegancia de los productos Tramontina.



¡Participar es muy fácil!
Por la compra de cada olla de acero inoxidable Tramontina recibes 1 cupón. Por la compra de cada juego de ollas de acero inoxidable Tramontina recibes 4 cupones. Recibirás los cupones al pagar tu compra. Completa tus datos, colócalos en la urna y ya estás participando.

1 CUPÓN = 1 OLLA
4 CUPONES = 1 JUEGO DE OLLAS

TRAMONTINA

Promoción vigente durante los meses de abril y mayo de 2013. - Fecha del sorteo 14/06/2013.

Encuentra los detalles de la promoción en: www.tramontina.com/mama



Chef Rodolfo brings Paraguay to Tramontina and takes Tramontina to Paraguay

Tramontina's factories attracted an illustrious visitor in July. The presenter of Ricos y Sabrosos, Paraguay's The traditional cookery programme, chef Rodolfo experienced the company's premises first hand and also visited Festiqueijo, one of the most important gastronomy events in the south of Brazil. The best moments of the trip were recorded and shown on the Ricos y Sabrosos programme, which Tramontina has sponsored for more than a decade.

Chef Rodolfo trae el Paraguay a Tramontina y lleva Tramontina al Paraguay

Un visitante ilustre pasó por las fábricas de Tramontina en julio. Presentador de Ricos y Sabrosos, tradicional programa de culinaria de Paraguay, el chef Rodolfo conoció las instalaciones de la empresa y también pasó por el Festiqueijo, uno de los eventos gastronómicos más importantes del Sur de Brasil. Los mejores momentos del viaje se grabaron y se exhibieron en el programa Ricos y Sabrosos - que Tramontina patrocina desde hace más de una década.

The good Paraguayan barbecue

How about winning a complete barbecue dinner for up to ten people – and also special presents from Tramontina? That was the idea behind an advertising campaign that mobilised Paraguayan consumers between October and December 2013. Inspired by the successful 2012 promotion "The Barbecue's Arrived" in Brazil, the campaign was based on a key question: why does a barbecue with friends and family have a special flavour? Participants sent their answers directly to the producers of the Ricos y Sabrosos programme via Facebook, e-mail or letter. The best phrases were chosen by the TV presenter chef Rodolfo, and the winners announced on air. A prize to be savoured in the best company.

El buen asado de Paraguay

¿Qué tal ganarse un asado completo hasta para diez personas - y además recibir regalos especiales de Tramontina? Esa fue la propuesta de la campaña que movilizó a los consumidores paraguayos entre octubre y diciembre del 2013. Inspirada en la promoción "O Churrasco Chegou" (Llegó el asado), éxito en Brasil en el 2012, la campaña traía una pregunta clave: al final, ¿por qué el asado con la familia y los amigos tiene un sabor especial? Los participantes enviaron sus respuestas directamente a la producción del programa Ricos y Sabrosos - por Facebook, e-mail o carta. Las mejores frases eran elegidas por el presentador, el chef Rodolfo, y los vencedores eran revelados en el aire. Un premio para saborearse en la mejor compañía.





Tramontina sponsors Fexpocarne in Bolivia...

Tramontina sponsored the biggest specialist barbecue fair in Bolivia in August. Fexpocarne attracted more than 5,500 people and provided an excellent opportunity for Tramontina to associate its brand with the delights of the barbecue. During the two-day event no less than 7.5 tonnes of meat were cooked – all duly prepared, served and savoured with Tramontina barbecue sets and cutlery.

En Bolivia, Tramontina patrocina la Fexpocarne...

Tramontina patrocinó la mayor feria especializada en asados de Bolivia. Realizada en agosto, la Fexpocarne atrajo más de 5,5 mil personas y dio una excelente oportunidad para que Tramontina asociase su marca a las delicias del asado. En los dos días del evento, se asaron nada menos que 7,5 toneladas de carne - todo debidamente preparado, servido y saboreado con los juegos de cubiertos y kits de asado Tramontina.

... and also Casa Cor 2013

The biggest architecture and decoration exhibition in the Americas has just reached Bolivia – and with Tramontina as official sponsor. During April and May the first Bolivian edition of Casa Cor included the Tramontina range of sinks and equipment in two different settings – kitchen and bathroom – providing an unmistakable touch of beauty, design and innovation at an event providing excellent repercussion and high visibility for the brand.

... y también Casa Cor 2013

La mayor exposición de arquitectura y decoración de las Américas acaba de llegar a Bolivia - y con Tramontina en el rol de patrocinadora oficial. Entre abril y mayo, la primera edición de la Casa Cor boliviana contó con la línea de piletas y equipos de Tramontina en dos ambientes - una cocina y un baño - Un toque inconfundible de belleza, diseño e innovación en un evento de gran repercusión y alta visibilidad para la marca.





Russia is a little more Brazilian and Tramontina a little more Russian

An advertising campaign on billboards, sales outlets and digital platforms brought Tramontina closer to Russian consumers. Based on evolution of the concept of "Truly Brazilian", this action connected Brazilianness with iconic Russian products, capturing the attention of the local market. One of the high points was the sixth Brazilian Film Festival, which took place in Moscow and St Petersburg in October and for which Tramontina was an official sponsor.

Rusia un poquito más brasileña y Tramontina, rusa

Una campaña divulgada en outdoors, puntos de venta y plataformas digitales acercó más a Tramontina a los consumidores rusos. Basada en la evolución del concepto "Truly Brazilian", la acción unió los toques brasileños a los productos iconos rusos, conquistando la simpatía del mercado local. Uno de los destacados fue el VI Festival de Cine Brasileño, realizado en octubre, en las ciudades de Moscú y San Petesburgo y que tuvo a Tramontina en el patrocinio oficial.



By bus in the Philippines

The famous chef Roland Laudico featured in a campaign organised by Tramontina in the Philippines in partnership with local distributor A.U.N. Industrial Sales. Laudico featured in the advertisements promoting the brand in the country, which were carried in cookery magazines and on extensive advertisements on buses operating in the capital, Manila.

En ómnibus por las Filipinas

El famoso chef Roland Laudico fue el protagonista de una campaña realizada en Filipinas por Tramontina en sociedad con el distribuidor local A.U.N Industrial Sales. Laudico, que trabaja promoviendo la marca en el país, protagonizó los anuncios, que se publicaron en revistas de culinaria y el amplios busdoors que circula por la capital, Manila.



In the heart of Mozambique En el corazón de Mozambique

A sequence of 12 billboards allowed Tramontina to shine along the main avenue in the Mozambican capital, Maputo. From May until December in the heart of the city these items introduced the variety and elegance of Tramontina products for Mozambican homes. The campaign was a great success.

Una secuencia de 12 outdoors hizo brillar a Tramontina en la principal avenida de Maputo, capital de Mozambique. De mayo a diciembre, en el corazón de la ciudad, las piezas presentaban la variedad y elegancia de los productos Tramontina para la casa de los mozambicanos. La campaña fue un éxito.



Synonymous with machetes in Papua New Guinea

Did you know that in Papua New Guinea, to the east of Indonesia, rural producers refer to their machetes as Tramontina. The brand is so well-known that it is been adopted as a synonym for the product in some regions of the country, as can be seen in an institutional video produced by Brian Bell, a local client who is part of the ClubOne loyalty programme. The film, which will now be showing in extracts on a local television network, also presents the differentials and benefits of Tramontina's agricultural product range.

Sinónimo de machetes en Papúa Nueva Guinea

¿Usted sabía? En Papúa Nueva Guinea, al Este de Indonesia, ya hay productores rurales que se refieren a sus machetes usando apenas la palabra Tramontina. La marca es tan conocida que ya fue adoptada como sinónimo del producto en algunas regiones del país, como muestra un video institucional desarrollado por Brian Bell, cliente local que integra el programa de fidelidad ClubOne. La película, que ahora tendrá fragmentos divulgados en una red de televisión local, también presenta los diferenciales y beneficios de la línea de productos para la agricultura de Tramontina.



The Brazil

SEEN BY THE WORLD

Tramontina is increasingly establishing itself as one of the major Brazilian brands in the world. On the five continents, in hundreds of countries, each product is a small sample of what Brazil does with care and dedication to make life more practical and attractive.

El Brasil

QUE EL MUNDO VE

Tramontina se afirma cada vez más como una de las grandes marcas brasileñas en el mundo. En los cinco continentes, en centenas de países, cada producto es una pequeña muestra de lo que Brasil hace con cariño y dedicación para hacer la vida más práctica y bonita.

Proline Commercial Grade Restaurant – Costco

This project has been opening doors in the United States for the range of professional products that Tramontina offers to restaurants. Known as the Pro Line, the project has been organised by Tramontina United States in partnership with the Costco Wholesale chain, which runs 630 stores throughout the world, 451 of which are in the North American market. 31 products have been carefully chosen for the restaurant segment based on research into functionality, frequency of use and sales projections. The pilot project involves 50 stores both inside and outside the United States.

Un proyecto viene abriéndole las puertas en Estados Unidos a la línea de productos profesionales que Tramontina le ofrece a los restaurantes. Tramontina realiza el proyecto conocido como Pro Line, junto con Costco Wholesale, una red de ventas al por mayor que opera 630 establecimientos en el mundo, siendo 451 ubicadas en el mercado norteamericano. Son 31 productos cuidadosamente elegidos para el ramo de restaurantes a partir de encuestas sobre funcionalidad, frecuencia de uso y proyecciones de ventas. El proyecto piloto se desarrolla en 50 establecimientos dentro y fuera de Estados Unidos.





Professional Knives win over the Arabs

Gastronomy professionals in the Arab Emirates now know about the quality of Tramontina knives. The Professional Master Range has become a reference for quality and has been winning the preference of clients in the region. These include the legendary Dubai Fish Market, which supplies a large gastronomy network in the country, and where 90% of sales staff now use Tramontina knives. One of those responsible for the brand's development in this segment is Sheikh Mohamed Sharif & Sons, which is a partner in Tramontina's enterprise in Dubai. The aim is to further establish it as a guarantee of quality among chefs and professionals in the food sector, especially for meat and fish.

Cuchillos profesionales conquistan a los árabes

En los Emiratos Árabes, los profesionales de gastronomía ya conocen la calidad de los cuchillos Tramontina. La línea Profesional Master se convirtió en una de las referencias de calidad y viene conquistando la preferencia de clientes en la región. Entre ellos está el legendario Mercado del Pescado de Dubái, que abastece una gran red de gastronomía del país - y en la que hoy, 90% de los vendedores usan cuchillos Tramontina. Una de las principales responsables por el trabajo de desarrollo de la marca en este ramo es la empresa Sheikh Mohamed Sharif & Sons, partner del emprendimiento de Tramontina en Dubái. El objetivo es afirmarla cada vez más como garantía de calidad entre los chefs y profesionales del ramo alimenticio, principalmente de carnes y pescado.

The year in which Brazil became closer to the Arab Emirates

The Middle East has become closer with the start of Tramontina retail operations in the Arab Emirates. Previously, the brand's products arrived in the region's hypermarkets through third parties. With the expansion of a services structure, intermediaries have now made way for an exclusive Tramontina sales team in Dubai, which has begun with two closed contracts – with the Lulu's Hypermarkets chain of 42 stores, and the Union Co-operative Society, which runs 22 establishments throughout the country.

El año en que Brasil estuvo más cerca de los Emiratos Arabes

El Lejano Oriente está más cerca con el inicio de las operaciones de venta al público de Tramontina en los Emiratos Árabes. Hasta entonces, los productos de la marca llegaban a los hipermercados de la región por medio de terceros. Ahora, con la expansión de la estructura de atención, los intermediarios le dan lugar a un equipo de ventas exclusivo de Tramontina de Dubai, que ya comienza con dos contratos firmados - con las redes Lulu's Hypermarkets, con 42 establecimientos, y Union Cooperative Society, que opera 22 establecimientos en todo el país.





British taken over by Tramontina steak knives

Britain's delightful steak houses now have a special range of Tramontina knives, through a partnership with the distributor Artis, which offers various models of steak knives. Tramontina knives in different sizes and colours have become a distinctive feature for steakhouse diners due to the quality of their cut. Of course the big star is the Polywood Range. In the United Kingdom, Tramontina is part of the everyday network of globally recognised brands – and has been attracting increasing numbers of followers.

Bitánicos se rinden a los steak knives de Tramontina

Más conocidas como steak houses, las encantadoras casas de asado del Reino Unido cuentan con una línea especial de cuchillos Tramontina, en sociedad con el distribuidor Artis, que ofrece diversos modelos de steak knives, como los británicos llaman los cuchillos de asado. En diferentes colores y tamaños, los cuchillos Tramontina se han convertido en un diferencial para el corte del asado de los frequentadores de las steak houses. La gran estrella, claro, es la Línea Polywood. En el Reino Unido, Tramontina hace parte del cotidiano de redes mundialmente reconocidas - y viene conquistando cada vez más adeptos.



Brazilian style meat in South Korea

Polywood barbecue knives are becoming part of the everyday life of the best steakhouses in South Korea. The high-quality cut, variety of sizes and colours, design and treated wooden handle are some of the outstanding features of the range, which has been distributed to the Korean market since 2011 in partnership with the distributor Italiving.

Carnes con gusto brasileño en Corea del Sur

Los cuchillos de asado Polywood están volviéndose parte del día a día de las mejores steak houses de Corea del Sur. El elevado poder de corte, la variedad de tamaños y colores, el diseño y el mango de madera tratada son algunos de los diferenciales de la línea, que se distribuye en el mercado coreano desde el 2011 - gracias a la sociedad con el distribuidor Italiving.



Tramontina's finest in the Liverpool

The Tramontina brand has been recognised for some time by clients of one of Mexico's oldest department-store chains, the Liverpool. And this relationship is becoming ever stronger. After 13 years Tramontina has more than 130 active products in the Liverpool catalogue and some of them are now among the chain's five top selling products. This success is impressive and is the way forward to new features, including the fine cutlery range, which is being marketed in the Silverware department. The aim is to position Tramontina as the leading brand for products of variety and quality.

Lo más fino de Tramontina en Liverpool

Tramontina es una marca reconocida hace bastante tiempo por los clientes de Liverpool, una de las más prestigiosas redes de tiendas de departamentos de México. Y esa relación es cada vez más fuerte. Después de trece años, Tramontina llega con más de 130 productos activos en el catálogo de Liverpool - y algunos de ellos ya aparecen en el Top-5 de los más vendidos de la red. El éxito es expresivo y abre espacio a las novedades - entre ellas está la línea de cubiertos finos, que se viene trabajando en el departamento de Platería. El objetivo es posicionar a Tramontina como la marca líder de productos con variedad y calidad.



Tramontina is one of the highest selling in the Philippines

Tramontina has established itself as the champion brand for cutlery sales at Rustan's, the most prestigious department-store chain in the Philippines. The quality and sophistication of more than 30 cutlery ranges has won over local consumers. The highlights are fine cutlery sets in wooden cases, whose qualities speak for themselves.

Tramontina entre las más vendidas de Filipinas

Tramontina se consagró como marca campeona en ventas de cubiertos en Rustan's, la más prestigiosa red de tiendas de departamentos de Filipinas. La calidad y sofisticación de las más de 30 líneas de cubiertos conquistaron a los consumidores locales. Se destacan los juegos de cubiertos finos en estuches de madera, que han dado que hablar.





French Guiana now has an exclusive store with Tramontina products

Consumers in French Guiana now have an exclusive store for purchasing Tramontina products. Tramontina's client Machdeal opened the Machdeal Store in July with a broad and extensive product mix, which is a great success for Tramontina, Machdeal and all the people of Guiana.

Guyana Francesa ahora tiene tienda exclusiva con productos Tramontina

Los consumidores de la Guyana Francesa ya cuentan con una tienda exclusiva para adquirir los productos Tramontina. Se trata de la Machdeal Store, inaugurada en julio por el cliente Machdeal. Con un mix amplio y variado, la tienda representa una gran conquista para Tramontina, para Machdeal y para todos los guyaneses.





Display feature for Rock n' Cook in Mexico

Twenty-five Superama stores in the Walmart group in Mexico now have the Rock n' Cook Range in their aisles. 15 products have a display feature at sales points in the Mexican stores. The stores' point-of-sale material for promoting the products and concept was designed and produced by a Mexican agency. Special ranges like Rock n' Cook, with their distinctive attractive design have brought added quality and colour to the stores.

Rock n' Cook tiene exposición destacada en México

Veinticinco tiendas de Superama, integrantes del grupo Walmart, en México, ya cuentan con la línea Rock n'Cook en sus góndolas. Son 15 productos de la línea con exposición destacada en los puntos de venta de las tiendas mexicanas. Una agencia mexicana creó y produjo el material de comunicación de punto de venta, implementado en las tiendas para promover todavía más los productos y su concepto. Líneas especiales como la Rock n'Cook, con su diseño atractivo y diferenciado, le agregan calidad y colores a las tiendas.

La Pasticceria shines on the shelves of De Prati stores in Ecuador

Tramontina's La Pasticceria range has been shining on the shelves of De Prati stores in Ecuador. Featuring items like baking trays and cake sets, the products offer a full confectionery solution in the chain's 12 stores in Quito and Guayaquil. The De Prati store chain is now one of Tramontina's most important clients in the added-value segment. And it is ready to further strengthen these ties: in addition to innovative and well-designed displays, the chain has created a distinctive layout in excellent taste to further emphasise the beauty of this range. Just charming.

La Pasticceria brilla en los estantes de las tiendas De Prati, en Ecuador

La línea La Pasticceria de Tramontina brilla en los estantes de las tiendas De Prati, de Ecuador. Con artículos como asaderas, torteras y kits para tortas, entre otros, los productos ofrecen una solución completa de confitería en las 12 tiendas que la red opera en Quito y Guayaquil. Hoy, la red de tiendas De Prati es uno de los más importantes clientes de Tramontina en el ramo de alto valor agregado. Y está dispuesta a fortalecer todavía más esos lazos: además de innovar y esmerarse en la presentación, la red creó una exposición diferenciada y de muy buen gusto que le dio una mayor distinción a la belleza de la línea. Un encanto.





Peru has Vitra as well

Peruvians can now take home their own surface-mounted Vitra sinks. These products are recognised for their elegant modern design and are available in the Cassinelli Group stores, one of the most established chains of building stores in the country. Store visitors can see an LED screen presenting a video highlighting the product features and are also welcomed by trained promoters or information sheets about the product range.

Perú también tiene Vitra

Los peruanos ahora ya pueden llevar las piletas de superponer Vitra para casa. Reconocidos por el diseño moderno y elegante, los productos están disponibles en las tiendas del Grupo Cassinelli, una de las redes más tradicionales del país en terminaciones para la construcción. Quienes llegan a las tiendas, además de ver una pantalla de LED con un video informativo que destacan los diferenciales del producto, también cuentan con ayuda de promotoras capacitadas o inclusive folletos con informaciones sobre la línea.





Hospital La Florida



Hospital Maipú



Dritta Pro equips Chilean hospitals

Straight lines, durability and hygiene. These are the three values that provide functionality to Dritta Pro sinks – which have been chosen to equip the Maipú and La Florida Hospitals in Santiago, Chile. Made from AISI 304 Stainless steel, these products offer comfort and safety both for staff and patients, revealing that there is an excellent niche market for this type of product range alongside the institutional and industrial kitchen markets.

Dritta Pro equipa hospitales chilenos

Líneas rectas, resistencia e higiene. Son esos tres valores que dan funcionalidad a las piletas Dritta Pro - que fueron elegidas para equipar los hospitales de Maipú y La Florida, ambos en Santiago, Chile. Fabricados en acero inoxidable AISI 304, los productos le ofrecen comodidad y seguridad tanto a los profesionales como a los pacientes, revelando un excelente nicho en los mercados institucionales y de cocinas industriales para ese tipo de línea.



Cutlery serving the environment as well

Tramontina sees responsibility for sustainable management not just in terms of production, but also as promoting awareness of environmental conservation in the purchasing market. In Chile the company launched a campaign for replacing disposable cutlery in fast-food chains. The first company to embrace the cause was the Don Bife restaurant chain in the Chilean capital, Santiago. Besides providing a better consumer experience for clients, the chain has eliminated the problem caused by plastic cutlery – which can damage the environment when thrown away. This partnership with Don Bife offered the possibility of renting Tramontina cutlery, with their value refunded on return, or the possibility of purchase of the products in an exclusive attractive case.

Cubiertos también al servicio del medioambiente

Para Tramontina, la responsabilidad con la gestión sostenible no tiene que versólo con la producción. También tiene que ver con promover en el mercado que compra concientizar sobre la preservación ambiental. En Chile, la empresa lanzó una campaña de sustitución de cubiertos desechables en varias redes de fast food. El primer emprendimiento que se plegó a la causa fue la red de restaurantes Don Bife, en Santiago, capital del país. Además de proporcionarle una mejor experiencia de consumo a los clientes, la red elimina el problema causado por los cubiertos de plástico que, al desecharse, pueden perjudicar el medioambiente. Con la sociedad, Don Bife ofrece la posibilidad de alquiler de cubiertos Tramontina, cuyo valor se reembolsa cuando se devuelven o se compran, cuando eso último ocurre, los productos se ponen en un bonito estuche exclusivo.



Tramontina arrives at McDonald's in Chile

Tramontina is now also taking its wooden furniture to McDonald's in Chile. The company's trading unit in the country has established ties with the local McDonald's franchise for marketing tables, chairs and umbrellas. This venture hopes to repeat the same successful relationship between the brand and the food chain in Brazil for the past five years.



Tramontina llega a McDonald's en Chile

Ahora Tramontina llega a McDonald's de Chile también con sus muebles de madera. La unidad comercial de la empresa en el país estrechó los lazos con la franquicia local, por medio de la comercialización de mesas, sillas y sombrillas. La expectativa es que se repita el mismo éxito que la marca ya tiene hace cinco años en la red de Brasil.



Summa range finds new markets in South America

Summa plastic furniture is attracting the attention of consumers in various parts of South America. These products are being sold in Chile, Peru and Colombia by the Sodimac chain, and are now entering the marketplace in Bolivia. In the country that predominantly purchases more economic lines, Tramontina is now occupying a niche market required by more demanding clients. Marked by concepts of modernity and sophistication, the Summa range is Tramontina's major distinctive product option for these neighbouring markets, with items that can be used both indoors and outdoors.

Línea Summa adquiere nuevos mercados en América del Sur

Los muebles plásticos de la Línea Summa están llamando la atención de los consumidores de diversos lugares de América del Sur. Vendidos en Chile, Perú y Colombia por la red Sodimac, los productos ahora están desbravando el mercado boliviano. En el país que compraba predominantemente líneas más económicas, Tramontina está ocupando un nicho demandado por clientes más exigentes. Marcada por conceptos de modernidad y sofisticación, la línea Summa ha sido la gran apuesta de Tramontina como producto diferenciado para esos mercados vecinos, con piezas que se pueden utilizar tanto en espacios internos como externos.





Tramontina wins over Bolivian farmers

In 2012, Tramontina carried out research in rural Bolivia to chart potential sales points for the brand's agricultural tools. After identifying opportunities in the Cochabamba region, fieldwork gave way to the Provincias Project, which involved forming an alliance with a local distributor responsible for visiting these resale outlets. The new clients were given support material such as waistcoats, caps, displays and signs. The project was a genuine success, with orders received from 100% of the 80 sales points visited.



Tramontina conquista agricultores bolivianos

En el 2012, Tramontina realizó un estudio de mercado en el interior de Bolivia. El objetivo: mapear puntos de venta de herramientas agrícolas fabricadas por la marca. Después de identificar oportunidades en la región de Cochabamba, en el 2013, el trabajo de campo dio lugar al Proyecto Provincias, que consisten en la formación de alianzas con un distribuidor local responsable de visitar esos puntos de reventa. Los nuevos clientes recibieron materiales de apoyo, como chalecos, gorras, expositores y señaladores. El resultado del proyecto fue un verdadero éxito, con pedidos de 100% de los 80 puntos de venta visitados.



Tramontina Ex exports from the outset

Alert to an expanding market in Brazil and worldwide, Tramontina recently created its newest division: Division Ex. Targeting the oil, gas, petrochemical, chemical, pharmaceutical, food and timber sectors, where the production process can produce an explosive atmosphere, Division Ex has begun trading with foreign markets. The first trading contract was established with Bolivian Electric, in Bolivia.

Tramontina Ex ya nace exportando

Atenta a un mercado con creciente demanda en Brasil y en el mundo, recientemente, Tramontina creó su más nueva división, la División Ex. Destinada a los ramos de petróleo, gas, industrias petroquímicas, químicas, farmacéuticas, alimenticias y madereras, donde el proceso productivo puede general atmósferas explosivas, la División Ex comenzó sus negocios en el mercado externo. El primer negocio fue con el cliente Bolivian Electric, de Bolivia.



Trade marketing abroad strengthens tool ranges

19 distributors are now working together with more than 600 authorised stores in 14 Latin American countries, which are making a difference to tools sales in those countries by trade marketing. Integrated communication and marketing actions have been bringing together agents, wholesalers, retailers and consumers. The aim is to respond to the demands of the whole chain, from production to end consumer, and to strengthen relations. Everyone has been considering and reconsidering their practices which have been evolving since 2009, improving results in markets that are undergoing constant and intense changes. The success of this can be attributed to all those involved.

Trade marketing en el exterior fortalece herramientas

Ya son 19 distribuidores que, juntos, cuentan con más de 600 casas autorizadas en 14 países de América Latina y vienen haciendo la diferencia en las ventas de herramientas con trade marketing en esos países. Por medio de acciones de comunicación y marketing, el proyecto ha integrado agentes, mayoristas, minoristas y consumidores. Responder a las demandas de toda la cadena, desde la producción hasta el consumidor final, fortaleciendo la relación, es el objetivo. Todos piensan y repiensan sus prácticas que, desde 2009, han evolucionado, mejorando los resultados en mercados que viven constante e intensa transformación. Se trata de una conquista que se atribuye a todos los involucrados.



Heavy-duty wheelbarrow goes all the way to Africa

Tramontina's heavy-duty wheelbarrow is recognised for its superior strength and durability and has crossed the ocean to attract African consumers. The product is now being marketed in Liberia, Democratic Republic of the Congo, Equatorial Guinea, Mozambique, Ethiopia, South Sudan, Gabon, and South Africa. Besides meeting market requirements, it also offers an very good cost-benefit ratio as an accessible solution with excellent added value.

Carretilla Extraforte va hasta Africa

Reconocida por su resistencia y durabilidad superior, la carretilla Extraforte Tramontina está cruzando el océano y conquistando a los consumidores africanos. El producto ya se comercializa en Liberia, República Democrática del Congo, Guinea Ecuatorial, Mozambique, Etiopía, Sudan del Sur, Gabón y Sudáfrica. Además de atender a las necesidades del mercado, también ofrece una excelente relación costo-beneficio por ser una solución accesible y de excelente valor agregado.



With one foot in Tunisia

Exchanging experiences with different markets is important for a brand that operates internationally. This was the thinking behind Tramontina's partnership with Aiesec, the international organisation that contributes to the qualifications and training of young students. The first fruit of this initiative is the young 28-year-old Tunisian, Omar Ghamghi. Having qualified in business and marketing with an emphasis on sustainability, Omar spent six months in Brazil being trained by Tramontina, getting to know the factories, learning about the main product characteristics, production and export routines, commercial and marketing strategies and finding out about important elements of the organisation's culture and values. With the knowledge acquired, he will be able to become one of the company's executives in his own country in the future. Plans are being made to expand the project and bring more talented young people to Brazil.

Con un pie en Túnez

El intercambio de experiencias con varios mercados es importante para una marca que actúa internacionalmente. Fue con ese pensamiento que Tramontina puso en práctica su sociedad con Aiesec, organización internacional que contribuye con la calificación y educación de jóvenes universitarios. El primer fruto de la iniciativa fue un joven tunecino de 28 años, Omar Ghamghi. Graduado en Negocios y Marketing con énfasis en Sostenibilidad, Omar estuvo seis meses en Brasil, fue capacitado en Tramontina, conoció las fábricas, aprendió las principales características de productos, rutinas de producción y exportación, estrategias comerciales y de marketing y conoció elementos importantes de la cultura y valores de la organización. En el futuro, con el conocimiento adquirido, podrá convertirse en un ejecutivo de la empresa en su país. El plan es expandir el proyecto y traer más talentos a Brasil.





ClubOne

TRAMONTINA

Training and leisure for ClubOne

ClubOne clients meeting their targets in 2012 were duly awarded in 2013 with a series of training and leisure activities. In April, training was offered to 17 people from Bolivia and Uruguay who had achieved distinction in the programme. In September a further nine professionals, from Papua New Guinea and Russia, experienced the same training. The April group was taken to São Paulo/SP to experience the economic capital of Brazil and the Tramontina Distribution Centre – and during their free time were able to enjoy attractions such as Cirque Du Soleil. While the September group visited Rio de Janeiro, where they visited traditional tourist attractions such as Christ the Redeemer, the Sugarloaf and of course Rio's beautiful beaches.

Entrenamiento y entretenimiento para el ClubOne

Los clientes Club One que cumplieron las metas de 2012 se premiaron en el 2013 con una serie de actividades de entrenamiento y entretenimiento. En abril, 17 personas de Bolivia y Uruguay recibieron entrenamiento por destacarse en el programa. En septiembre, nueve profesionales más, de Papúa Nueva Guinea y Rusia pasaron por el mismo entrenamiento. El grupo de abril se llevó a São Paulo/São Paulo para conocer la capital económica del país y el CD de Tramontina - en las horas libres, apreciaron atracciones como el Cirque du Soleil. Ya el grupo de septiembre estuvo en Rio de Janeiro/Rio de Janeiro, donde paseó por puntos turísticos tradicionales como el Cristo Redentor, el Pan de Azúcar, y lógicamente, las bellísimas playas cariocas.





Casa Brasil, Bento Gonçalves/Rio Grande do Sul (Brazil | Brasil)

Windows ON THE *world*

Ventanas AL *mundo*

For Tramontina, national and international trade fairs are real windows on the world: an opportunity to expand the brand's boundaries and take more quality, practicality and elegance to different markets. Just as important as product display, trade fairs are also opportunities for strengthening commercial relationships and observing market trends. They provide a sample of what the country has to offer, and Tramontina is proud to be part of this.

Para Tramontina, las ferias nacionales e internacionales son verdaderas ventanas al mundo: una oportunidad de expandir las fronteras de la marca y llevar más calidad, practicidad y elegancia a diferentes mercados. Y tan importante como la exposición de productos, las ferias son oportunidades de fortalecimiento de las relaciones comerciales y observación de las tendencias del mercado. Las ferias son una muestra de lo que el país tiene para ofrecer y Tramontina tiene orgullo de ser parte de eso.



Gift Fair, São Paulo/São Paulo (Brazil | Brasil)



Automec, São Paulo/São Paulo (Brazil | Brasil)



International Home & Housewares Show, Chicago (United States | EE.UU.)



Brasil Promotion, São Paulo/São Paulo (Brazil | Brasil)

February | Febrero

Abup Show

From | del 16 to | al 19
São Paulo/São Paulo
(Brazil | Brasil)

Ambiente

From | del 15 to | al 19
Frankfurt
(Germany | Alemania)

March | Marzo

Gift Fair

From | del 4 to | al 7
São Paulo/São Paulo
(Brazil | Brasil)

Expo Revestir

From | del 5 to | al 8
São Paulo/São Paulo
(Brazil | Brasil)

International Home + Housewares Show

From | del 2 to | al 5
Chicago
(United States | EE.UU.)

April | Abril

FIEE Elétrica

From | del 1º to | al 5
São Paulo/São Paulo
(Brazil | Brasil)

Automec

From | del 16 to | al 20
São Paulo/São Paulo
(Brazil | Brasil)

May | Mayo

Edifica

From | del 8 to | al 11
Santiago (Chile)

Equipotel Nordeste

From | del 7 to | al 10
Recife/Pernambuco
(Brazil | Brasil)

June | Junio

Feimafe

From | del 3 to | al 8
São Paulo/São Paulo
(Brazil | Brasil)

Brasil OffShore

From | del 11 to | al 14
São Paulo/São Paulo
(Brazil | Brasil)

July | Julio

100 Show Rooms

From | del 25 to | al 27
Santiago (Chile)

August | Agosto

Expo Ferrreteria

From | del 28 to | al 30
Guadalajara (Mexico | México)

Abastur

From | del 27 to | al 30
Distrito Federal (Mexico | México)

Fexpocarne

From | del 10 to | al 11
Santa Cruz de la Sierra (Bolivia)

Casa Brasil

From | del 13 to | al 16
Bento Gonçalves/
Rio Grande do Sul (Brasil)

Abup Show

From | del 14 to | al 18
São Paulo/São Paulo
(Brazil | Brasil)

September | Setiembre

Spoga

From | del 8 to | al 10
Köln (Germany | Alemania)

Fexpocruz

From | del 20 to | al 29
Santa Cruz de la Sierra (Bolivia)

Equipotel

From | del 16 to | al 19
São Paulo/São Paulo
(Brazil | Brasil)

October | Octubre

Expo CIHAC

From | del 15 to | al 19
Distrito Federal
(Mexico | México)



Ambiente, Frankfurt (Germany | Alemania)

Responsibility that goes beyond providing jobs

Although an industry's biggest role is to produce, as its brand achieves recognition, conscience calls it to accept responsibilities that go beyond providing jobs. It also needs to promote education, development and happiness.

A campaign for spreading smiles

Spreading smiles to those who need help – and to those who can help. That is the spirit of a campaign organised by Tramontina in partnership with a food-bank NGO, Banco de Alimentos, featuring four cutlery sets in exclusive colours and attractive packaging depicting half a smile. The smile is completed with each two pots sold and Tramontina donates R\$ 1,00 to the food bank, thus helping many other people to smile as well.

Una campaña para distribuir sonrisas

Distribuir sonrisas a quienes precisan ayuda y a quienes pueden ayudar. Ese es el espíritu de una campaña realizada por Tramontina junto con la ONG Banco de Alimentos. Lo destacado son cuatro juegos de cubiertos con colores exclusivos y un lindo embalaje que trae la mitad de una sonrisa. Cada dos pots vendidos, la sonrisa se completa y Tramontina le dona R\$ 1,00 al Banco de Alimentos, también ayudando a muchas otras personas a sonreír.



Tramontina Board Chairman Clovis Tramontina (C), accompanied by the CEO of JWT Brasil, Ezra Geld, and the CEO of the food-bank NGO Banco de Alimentos, Luciana Chinaglia | El Presidente del Consejo de Tramontina, Clovis Tramontina (C), acompañado por el Presidente de JWT Brasil, Ezra Geld e de la Presidente de la ONG Banco de Alimentos, Luciana Chinaglia

Responsabilidad que va más allá de la oferta de empleos

Aunque el principal rol de una industria sea producir, a medida que su marca conquista reconocimiento, tanto una como otra son convocadas por la propia conciencia, a una responsabilidad que va más allá de la oferta de empleos. Es preciso promover educación, mejorías y la felicidad.



Founded 1998, the NGO combats food waste through education and citizenship. With the help of Tramontina this work now reaches six states in Brazil, spreading the idea that it is possible to combat hunger through the complete use of each ingredient. Knowledge and waste-combat practices are passed on to 3000 very special people – responsible for the kitchens in social entities and charity institutions. In São Paulo alone, where the Banco de Alimentos distribution centre is based, the campaign has enabled the donation of more than 22,000 meals per month during a six-month period, totalling 180 tonnes of food. It all goes to the elderly, the physically and mentally disabled, and to abandoned children or families in need. A special event was organised in Carlos Barbosa/RS in two editions focused on the school community and one for special guests in the presence of Tramontina directors and staff. Prior to introduction of the campaign, a lecture about food waste was presented.

Creada en 1998, la ONG combate el desperdicio de alimentos por medio de la educación y la ciudadanía. Con ayuda de Tramontina, ese trabajo ahora llega a seis estados brasileños, difundiendo la idea de que se puede combatir el hambre con el uso total o integral de cada ingrediente. El conocimiento y las prácticas de combate al desperdicio se pasan a 3 mil personas muy especiales - responsables de la cocina de instituciones sociales y de caridad. Sólo en São Paulo, donde está ubicado el centro de distribución del Banco de Alimentos, la campaña permite donar más de 22 mil platos de comida por mes durante un semestre, totalizando 180 toneladas de alimentos. Todos ellos van para personas mayores, personas con deficiencia física e intelectual, además de niños abandonados o que forman parte de familias carenciadas. Un evento especial en dos ediciones destinadas a la comunidad escolar y uno dirigido a invitados especiales se realizaron en Carlos Barbosa, Rio Grande do Sul, con la presencia de la Dirección y empleados de las unidades Tramontina. En esa ocasión, anticipando la presentación de la campaña, se hizo una charla sobre desperdicio de alimentos.



Tramontina Board Chairman, Clovis Tramontina (C), with participants in the Strategic Leadership Development Programme | El Presidente del Consejo de Tramontina, Clovis Tramontina (C), junto a los participantes del Programa de Desarrollo del Liderazgo Estratégico

Leaders, the architects of the future

Reflecting on the routes towards sustainable development and perpetuation of business. Understanding the culture of the organisation and ways in which it can be converted into an increasingly healthy and interconnected working environment. Really thinking and acting like a leader. Those were some of the aims of the Strategic Leadership Development Programme organised for Tramontina directors and arranged by the Fundação Dom Cabral. More than a training opportunity, this allowed everyone to reconsider their roles as leaders and managers of people, and to understand their respective tasks in pursuit of a new leadership model. Which is: leadership increasingly focused on intangible assets, rather than systems, standards and procedures of personnel management. Tramontina believes that genuine leaders have a duty of improving their ability to motivate and manage people, in line with new leadership paradigms. They also need to stimulate collaborative work, transforming groups into high-performance teams. After all, leaders have to be the great architects of the future – they are the people Tramontina relies on, together with all the staff, for an increasingly promising future.

Líderes, los arquitectos del futuro

Reflexionar sobre los caminos que llevan al desarrollo sostenible y a la perpetuación del negocio. Comprender la cultura de la organización y la forma de insuflarla en un ambiente de trabajo cada vez más sano e interconectado. Pensar y actuar como un líder de hecho. Esos fueron algunos objetivos del Programa de Desarrollo del Liderazgo Estratégico promovido entre los integrantes de la dirección de Tramontina y realizado por la Fundación Dom Cabral. Más que un entrenamiento, fue una oportunidad para que todos repensasen sus roles como líderes y administradores de personas, comprendiendo sus respectivos papeles en la búsqueda de un nuevo modelo de liderazgo, o sea: un liderazgo que enfoque cada vez más los activos intangibles y no tanto los sistemas, normas y procedimientos de administración de personas. Para Tramontina, los verdaderos líderes tienen el deber de mejorar su capacidad de motivar y administrar personas, alineándose a nuevos paradigmas de liderazgo. También deben estimular el trabajo colaborativo, transformando los grupos en equipos de alto desempeño. En fin, los líderes deben ser los grandes arquitectos del futuro - y es en ellos en que Tramontina confía para que, junto con todos los empleados, pueda tener un futuro cada vez más prometedor.

Discussing the importance of education

Tramontina supported more than 1200 people meeting in Carlos Barbosa/RS in August to listen to the philosopher Mario Sergio Cortella talking about "The Management of Knowledge: A Necessary Challenge", which addressed the importance of education in pursuit of a more prosperous and fairer society for all. Cortella discussed the challenges of education in a world in which knowledge is growing and changing every day, believing that education passes on values which are left for the new generations. The audience included Tramontina staff and directors and authorities from the region in an opportunity introduced by the mayor of Carlos Barbosa, hoping that the lecture would be "a new starting point for teaching and education in the city". It went further than that, and into the regions, since Cortella's contribution is not confined to the conditions of a single town – it concerns challenges present in all parts of the country in which Tramontina works.

En debate: la importancia de la educación

Tramontina dio su apoyo para que más de 1.200 personas se reuniesen en Carlos Barbosa, Rio Grande do Sul, en el mes de agosto, para escuchar al filósofo Mario Sergio Cortella en la charla "Gestión del Conocimiento: un desafío necesario", que trajo reflexiones sobre la importancia de la educación en la búsqueda de una sociedad más próspera y justa para todos. Cortella trató de los desafíos de la educación en un mundo en el que el conocimiento crece y se modifica cada día. Para él, la educación pasa por los valores que se le dejan a las nuevas generaciones. En la platea, además de los empleados y la dirección de Tramontina, estaban presentes autoridades de la región. En esa oportunidad, el intendente de Carlos Barbosa le dio la bienvenida y deseó que la charla fuese "el inicio de un nuevo marco en la enseñanza y en la educación de la ciudad". Fue más que eso, porque a contribución de Cortella no se limita a la realidad de un sólo municipio - se refiere a desafíos que están en todas partes del país, en que Tramontina está presente.



Education: the philosopher Mario Sergio Cortella and an auditorium of more than 1200 people | Educación: filósofo Mario Sergio Cortella y auditorio con más de 1.200 personas



Concerns
THAT GO BEYOND
the job

Tramontina believes that it is just as important to leave a positive culture for the staff and communities in which its factories are located as it is to deliver quality products. Concerns for socio-environmental responsibility improve the world and guarantee the future of everyone.

Preocupación
MÁS ALLÁ
del trabajo

Para Tramontina, tan importante como entregar productos de calidad es legarle una cultura positiva a los empleados y a las comunidades en las que funcionan sus unidades fabriles. La preocupación con la responsabilidad socio-ambiental mejora el mundo y garantiza el futuro de todos.



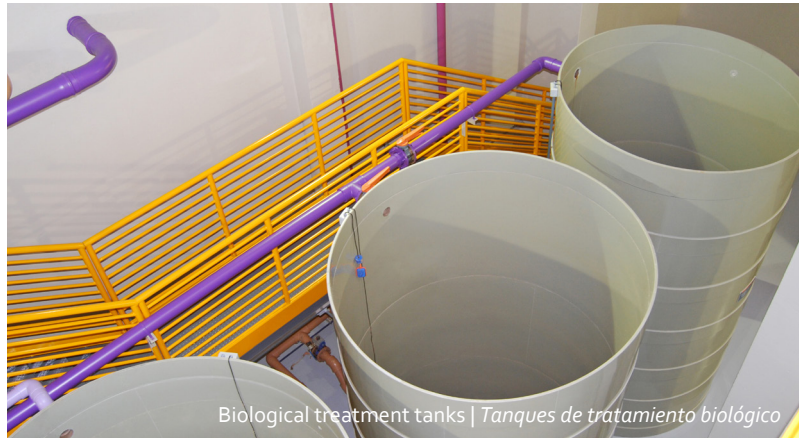
Entrance to the Effluent Treatment Plant
Entrada de la Estación Depuradora de Aguas Residuales

Treated water is reused water

Tramontina takes socio-environmental responsibility very seriously. This was the thinking behind Tramontina Multi opening a new Effluent Treatment Plant. The aim is to reduce the consumption of drinking water in industrial processes. A lot of water, in fact: the plant will be treating up to 120 m³ per day – amounting to the water consumption of 1400 staff members in the unit's washrooms and refectories. The 414-m² plant occupies two floors at Multi. The first floor contains the breather tanks storing waste water from the washrooms and refectory – allowing them to be processed by microorganisms which digest organic substances. While the second floor is where the physical-chemical treatment takes place.

Agua tratada y agua reutilizada

La responsabilidad socio-ambiental se toma en serio en Tramontina. Y fue pensando en eso que Multi inauguró una nueva Estación Depuradora de Aguas Residuales (EDAR). El objetivo es reducir el consumo de agua potable en procesos industriales. En total, la EDAR podrá tratar hasta 120 metros cúbicos al día - el equivalente al consumo de 1,4 mil empleados en los baños y comedores de la unidad. Con 414 metros cuadrados, la EDAR ocupa dos pisos de Multi. En el primer piso se encuentran los tanques pulmones, que almacenan aguas negras de los baños y del comedor - y permiten su procesamiento por medio de microorganismos que digieren sustancias orgánicas. En el segundo piso ocurre el tratamiento físico-químico.



Biological treatment tanks | Tanques de tratamiento biológico



Liquid effluent filter | Filtro de líquidos



Treatment tanks | Tanques de tratamiento



Industrial effluent reception tanks
Tanques de recepción de aguas residuales industriales

Multi's new Effluent Treatment Plant also includes a modern testing laboratory. All processes are controlled by a computerised system developed internally, allowing monitoring of all treatment stages and also producing control reports. This is Tramontina making a further contribution towards conservation of one of the most important natural resources.

La nueva EDAR de Multi también cuenta con un moderno laboratorio para realizar ensayos. Todos los procesos se controlan con un sistema informatizado desarrollado internamente. Con él se pueden monitorear todas las etapas de tratamiento online, además de generarse informes de control. Esa es Tramontina contribuyendo cada vez más con la conservación de uno de los recursos naturales más importantes.

Attendance AROUND THE WORLD

Atención que gira POR EL MUNDO

One of the great strengths of the Tramontina brand lies in the teams providing daily attendance in the four corners of the world. The company's distribution centres and sales offices are always ready to provide attention for clients – be they in Brazil, the United States, France, the Arab Emirates or many other countries.

Una de las grandes fuerzas de la marca Tramontina viene de los equipos que prestan atención diaria en las cuatro puntas del mundo. En centros de distribución y oficinas de venta, la empresa siempre está lista para atender al cliente - ya sea en Brasil, en Estados Unidos, en Francia, en los Emiratos Árabes o en muchos otros países.

Tramontina Brazil | *Brasil*

Distribution Centres

Centros de Distribución

Tramontina Sudeste S.A.	Av. Aruanã, 684 - Bairro Tamboré 06460-010 - Barueri - SP Tel.: 55 11 4197 1266 Commercial Director <i>Director Comercial</i> : Darcy Galafassi Corporate Director <i>Director Corporativo</i> : Cesar Vieceli Administrative manager <i>Gerente Administrativo</i> : Marino Silveira Sales Manager Household <i>Gerente de Ventas</i> <i>Utilidades</i> : Valmir Beneduzi Sales Manger Tools <i>Gerente de Ventas</i> <i>Herramientas</i> : Antonio Pedruzzi Sales Manager Home <i>Gerente de Ventas</i> <i>Hogar</i> : Julio Baldasso Sales Manager Business <i>Gerente de Ventas</i> <i>Empresarial</i> : Luiz Pedro Bavaresco Sales Manager Electrical Materials <i>Gerente de Ventas</i> <i>Materiales Eléctricos</i> : Marcos Tomazel <i>Sales Manager</i> <i>Tramontina Design Collection Brazil</i> <i>Gerente de Ventas</i> <i>Tramontina Design Collection Brasil</i> : Gabriela Chies	Tramontina Nordeste S.A.	Rodovia BR - 324, km 17 5/nº - CIA 43700-000 - Simões Filho - BA Tel.: (71) 3215 8266 General Manager <i>Gerente General</i> : José O. Nosini Administrative Manager <i>Gerente Administrativo</i> : Darmos Pagliari <i>Gerente de Ventas</i> <i>Utilidades</i> <i>Hogar</i> <i>Empresarial</i> : André Savi
Tramontina Sul S.A.	Rua Garibaldi, 308 - Centro 95185-000 - Carlos Barbosa - Rio Grande do Sul Tel.: (54) 3461 7700 Administrative Manager <i>Gerente Administrativo</i> : Paulo Fantinelli	Tramontina Norte S.A.	Distrito Industrial de Icoaraci Av. Principal, 700 - Setor C, Quadra 2 66815-590 - Belém - PA Tel.: (91) 4009 7700 Administrative Manager <i>Gerente Administrativo</i> : Vinícius Baccon Sales Manager <i>Gerente de Ventas</i> : André Guerra
		Tramontina Planalto S.A.	Rua Bom Sucesso, 51 - Bairro Ipiranga 74453-050 - Goiânia - GO Tel.: (62) 3272 2100 Administrative Manager <i>Gerente Administrativo</i> : Rodrigo Maria Sales Manager Household Home Business <i>Gerente de Ventas</i> <i>Utilidades</i> <i>Hogar</i> <i>Empresarial</i> : Breno Zandonai Sales Manager Tools Electrical Materials <i>Gerente de Ventas</i> <i>Herramientas</i> <i>Materiales Eléctricos</i> : Marcelo Bregagnol

Regional Sales Offices

Oficinas Regionales de Ventas

Tramontina Sul S.A. Filial Porto Alegre	Rua General Neto, 594 - Floresta 90560-020 - Porto Alegre - RS Tel.: (51) 2101 5000 Sales Manager South Tools Electrical Materials <i>Gerente de Ventas</i> <i>Herramientas</i> <i>Materiales Eléctricos</i> : Rui Zignani Sales Manager Household Home Business <i>Gerente de Ventas</i> <i>Utilidades</i> <i>Hogar</i> <i>Empresarial</i> : Clovis Gusso	Tramontina Sudeste S.A. Filial BH	Av. Uruguai, 21 - 13º Andar - Sion 30310-300 - Belo Horizonte - MG Tel.: (31) 3223 4026 Sales Manager <i>Gerente de Ventas</i> : Agenor Possamai
Tramontina Sul S.A. Filial Curitiba	Rua Padre Anchieta, 1923, 16º Andar 80730-000 - Curitiba - PR Tel.: (41) 2111-9110 Sales Manager Household Home Business <i>Gerente de Ventas</i> <i>Utilidades</i> <i>Hogar</i> <i>Empresarial</i> : Sérgio Camini	Tramontina Sudeste S.A. Filial RJ	Av. Henrique Valadares, 23 - S. 801/802 20231-030 - Rio de Janeiro - RJ Tel.: (21) 2224 5004 Special Projects Manager <i>Gerente de Projetos Especiais</i> : Ari Baldasso Sales Manager <i>Gerente de Ventas</i> : Michelle Azevedo
		Tramontina Recife S.A.	Av. Barão do Bonito, 1110 - Bloco A Bairro da Várzea - 50740-080 - Recife - PE Tel.: (81) 3454 8800 Sales Manager Household Home Business <i>Gerente de Ventas</i> <i>Utilidades</i> <i>Hogar</i> <i>Empresarial</i> : Jandir L. Casagrande Sales Manager Northeast Tools Electrical Materials <i>Gerente de Ventas</i> <i>Herramientas</i> <i>Materiales Eléctricos</i> : Márcio Lucena Lisboa



Tramontina USA, Inc.

Tramontina International *Tramontina Internacional*

Tramontina Argentina S.A. (TAR) Ciudad de la Paz 1965
14° A - Edificio Ciudad de La Paz
Office Center - Barrio Belgrano
Buenos Aires - Rep. Argentina
Código Postal: C1428CPE
Tel.: 54 (11) 4784 4329
General Manager | *Gerente General:*
Fabrício S. Moriggi

Tramontina de Chile S.A. (TCHILE) Manuel Montt, 037 - Oficina 406
Comuna de Providencia
Santiago - Chile
Tel.: 56 (2) 2264 0500 /
2264 0506 / 2264 0564
Fax: 56 (2) 2264 0612
General Manager | *Gerente General:*
Jandir V. Brock
Administrative Manager
Gerente Administrativa:
Karen Deichler Piñero
Sales Manager | *Gerente de Ventas:*
Leandro Conzatti

Tramontina Germany GmbH (TGERMANY) Kamekestr, 21
50672, Köln - Germany
Tel.: 49 (221) 7789 991-0
Sales Manager Europe
Gerente de Ventas Europa:
Rogério Finger
Sales Manager Africa
Gerente de Ventas África:
Guilherme Mantovani

Tramontina UAE LLC (TDUBAI) Tameem House, 5th Floor
Off. 501/502, TECOM C
(Opposite to Media Rotana Hotel)
P.O. Box 28924 - Dubai - UAE
Tel.: 971 (4) 450 4301 / 4302
General Manager | *Gerente General:*
Paulo Feyh
Administrative Manager
Gerente Administrativo:
Eduardo Cansan

Tramontina de Colombia S A S (TECOL) km 1,5 Vía Siberia
Parque Empresarial
Arcos de Cota Manzana B
Bodega 4 y 5 - Potrero Chico
Cota (Cundinamarca)
Bogotá • Colombia
Tel.: 57 (1) 623 4500
General Manager | *Gerente General:*
Martha Inés Aguirre

Tramontina de Panama S.A. (TPANAMA) Corregimiento de Bella Vista
Urbanización Bella Vista
Calle Vía Brasil
Edificio PH Brasil 405
Oficina 16F
Ciudad de Panamá
Rep. de Panamá
Tel.: 507 203 8388 / 203 8389
General Manager | *Gerente General:*
Alfonso Guzmán

TUSA-HK LTD Guangzhou Representative Office 171, City Development Building
189, Tiyuxi Road, Tianhe
Guangzhou, Guangdong
510620 - P.R. of China
Tel.: 86 (20) 3879 6245
General Manager | *Gerente General:*
Carol Lu

Tramontina del Peru S. A. C. (TPERU) Av. Canaval y Moreira, 385
Piso 5, Corpac - San Isidro
Lima - 27, Perú
Tel.: 51 (1) 421 2135
General Manager | *Gerente General:*
Carlos Alberto Grisales Vasquez
Sales Manager | *Gerente de Ventas:*
Vanderlei José Dilli

Tramontina de México S.A. de C. V. (TEMEX) Av. de La Palma, 8
Torre Acqua - 1er. piso
Col. San Fernando
La Herradura (Interlomas)
Huixquilucan
Estado de México
C.P 52787 - México
Tel.: 52 (55) 5950 0470
General Manager
Gerente General:
Adilson Formentini
Administrative Manager
Gerente Administrativa:
Cristina B. Formentini
Sales Manager | *Gerente de Ventas:*
Graziela Zilo

Tramontina del Ecuador S.A. (TECUADOR) Parque Empresarial Colón
Edificio Coloncorp
Piso 2 - Oficina 210
Guayaquil - Ecuador
Tel.: 55 5934 213 6422
General Manager | *Gerente General:*
Jeferson Bonetti

Tramontina Design & Services, Inc. (TDS) 12955 West Airport Boulevard
Sugar Land TX 77478 - 6119
USA
Tel.: 1 (281) 340 8400
General Manager | *Gerente General:*
Regina Ribeiro Galafassi

Tramontina USA, Inc. (TUSA) 12955 West Airport Boulevard
Sugar Land TX 77478 - 6119
USA
Tel.: 1 (281) 340 8400
CEO | *Presidente:* Antonio J. Galafassi
Deputy CEO | *Vicepresidente:*
Luiz Renato Sganderlla
Sales Manager | *Gerente de Ventas:*
Irineu Baldasso

The way of being.
Tramontina

La forma de ser.
Tramontina



Ten factories. Around 6,800 staff. More than 18,000 products. These figures show something of the scale of Tramontina's industrial plant – and reveal its size, but principally a particular way of working. Each of the company's units is designed to meet the requirements of clients today and tomorrow, with flexibility for growth and adaptation to new conditions. Each production line contains the mark of the dedication of staff and pursuit of excellence: characteristics that cannot be conveyed in numbers, but which reveal the way of being Tramontina.

Diez fábricas. Cerca de 6,8 mil empleados. Más de 18 mil productos. Números que dan la dimensión del parque industrial de Tramontina - y muestran su amplitud pero, principalmente, una forma peculiar de trabajar. Cada unidad de la empresa se proyectó para atender a los clientes de hoy y de mañana, con flexibilidad para crecer y adaptarse a los nuevos tiempos. Y cada línea de producción trae la marca de la dedicación de los empleados y de la búsqueda de la excelencia: características que no caben en números, pero que muestran la forma de ser Tramontina.

Directors and Board | *Dirección y Consejo*

Tramontina Central de Administração Ltda.
Clovis Tramontina
Eduardo Scomazzon
Ildo Paludo
Inácio Chies
Ivo Tramontina
Joselito Gusso
Ruy J. Scomazzon

Tramontina S.A. Cutelaria
Ademir Beal
José Paulo Medeiros
Marcos A. Grespan
Osvaldo J. Steffani

Tramontina Garibaldi S.A.
Domingos Nizzola
Felisberto F. Moraes
Marcos Parodes
Valdir Baú

Tramontina Belém S.A.
Antonio Pagliari
Artur Denicol
Luiz Ongaratto

Tramontina Delta S.A.
Rui Baldasso

Forjasul Madeiras S.A.
Jelvi Flores

Forjasul Canoas S.A.
Ademar A. Pedruzzi
Gilberto Manfroi
Maria Inês Pradella
Roberto Manfroi

Forjasul Eletrik S.A.
Paulo H. Dahmer
Roberto L. Aimi

Tramontina Multi S.A.
Guido P. Sganderla
Nestor Giordani
Odair Borsoi
Sônia Denicol Deitos

Tramontina Farroupilha S.A.
Darci Friebe
Eduardo Portolan
Lourival Dalmás
Mário Bianchi
Valter Cousseau

Tramontina Teec S.A.
Felipe Lazzari
Giovane Capitani
Riccardo Bianchi

Industrial Plant

Instalaciones Industriales

Tramontina S. A. Cutelaria - Starflon Division | *División Starflon*



Tramontina S. A. Cutelaria

Founded | *Año de fundación:* 1911

Location | *Ubicación:* Carlos Barbosa - RS

Buildings | *Área construida:* 242.000 m²

Staff numbers | *Cantidad de empleados:* 2.089

Products : kitchen knives, sports knives, professional knives, machetes, pocket knives, everyday cutlery, kitchen utensils, cookware, non-stick baking trays and frying pans, skewers and scissors.

Producción: cuchillos de cocina, cuchillos deportivos, cuchillos profesionales, machetes, navajas, cubiertos de uso diario, utensilios de cocina, ollas, asaderas y sartenes antiadherentes, espiedos y tijeras.



Forjasul Canoas S. A.

Founded | *Año de fundación:* 1959
 Location | *Ubicación:* Canoas - RS
 Buildings | *Área construida:* 26.630 m²
 Staff numbers | *Cantidad de empleados:* 167
 Products: vices, axes, hammers, freight lifting hooks, custom forgings and electrical hardware for electricity transmission cables.
Producción: morsas, hachas, marrones, ganchos para elevación de cargas, forjados por encomienda y electroherrajes para líneas de transmisión de energía eléctrica.

Tramontina Garibaldi S. A.

Founded | *Año de fundación:* 1963
 Location | *Ubicación:* Garibaldi - RS
 Buildings | *Área construida:* 65.000 m²
 Staff numbers | *Cantidad de empleados:* 638
 Products: professional tools for industry, the motor trade and building maintenance.
Producción: herramientas profesionales para aplicación en mantenimiento industrial, automovilística y construcción civil.



Tramontina Farroupilha S. A.

Founded | *Año de fundación:* 1971
 Location | *Ubicación:* Farroupilha - RS
 Buildings | *Área construida:* 80.000 m²
 Staff numbers | *Cantidad de empleados:* 709
 Products: stainless steel cookware, tableware, cutlery and kitchen utensils.
Producción: ollas, vajillas, cubiertos y utensilios de cocina de acero inoxidable.

Forjasul Eletrik S. A.

Founded | *Año de fundación:* 1976
 Location | *Ubicación:* Carlos Barbosa - RS
 Buildings | *Área construida:* 24.000 m²
 Staff numbers | *Cantidad de empleados:* 396
 Products | *Producción:* sockets, switches, trunking, extensions, junction boxes, conduit fittings, weatherproof appliances, power-line components and custom made aluminium injection items.
Producción: tomacorrientes, interruptores, canalizas, extensiones, cajas de derivación, accesorios para electroductos, aparatos a prueba de intemperie, componentes para redes de transmisión de energía eléctrica e inyección de piezas de aluminio por encomienda.





Tramontina Multi S. A.

Founded | *Año de fundación:* 1981
 Location | *Ubicación:* Carlos Barbosa - RS
 Buildings | *Área construida:* 83.872 m²
 Staff numbers | *Cantidad de empleados:* 765
 Products: gardening, agriculture and construction tools.
Producción: herramientas de jardinería, agricultura y construcción civil.



Tramontina Belém S. A.

Founded | *Año de fundación:* 1986
 Location | *Ubicación:* Belém - PA
 Buildings | *Área construida:* 54.642 m²
 Staff numbers | *Cantidad de empleados:* 373
 Products: furniture for gardens, verandas and terraces, tool handles and wooden household items.
Producción: muebles para jardín, patios y terrazas, mangos para herramientas y utilidades domésticas de madera.



Forjasul Madeiras S. A.

Founded | *Año de fundación:* 1990
 Location | *Ubicación:* Encruzilhada do Sul - RS
 Buildings | *Área construida:* 24.000 m²
 Staff numbers | *Cantidad de empleados:* 158
 Products: shelving, racks, panels, ironing boards, trays and wooden-furniture components.
Producción: estantes, estanterías, paneles, mesas de planchar, bandejas y componentes para muebles de madera.



Tramontina Tec S. A.

Founded | *Año de fundación:* 1996
 Location | *Ubicación:* Carlos Barbosa - RS
 Buildings | *Área construida:* 47.500 m²
 Staff numbers | *Cantidad de empleados:* 254
 Products | *Producción:* sinks, basins, ovens, laundry sinks, extractors, hobs, waste bins and accessories.
Producción: cubetas, hornos, fregaderos, campanas, placas de cocción, basureros y accesorios.



Tramontina Delta S. A.

Founded | *Año de fundación:* 1998
 Location | *Ubicación:* Recife - PE
 Buildings | *Área construida:* 22.520 m²
 Staff numbers | *Cantidad de empleados:* 241
 Products: injected-plastic tables and chairs.
Producción: mesas y sillas de plástico inyectado.

TRAMONTINA

www.tramontina.com

