

## INDÚSTRIA



TRAMONTINA/DIVULGAÇÃO/JC

Recentemente, foi criado o Comitê Ambiental com o objetivo de alinhar e aprimorar as boas práticas da empresa, cuja matriz fica na cidade de Carlos Barbosa, na Serra Gaúcha

## Tramontina fortalece as suas práticas sustentáveis

Demanda elevada dos consumidores por produtos com diferenciais de sustentabilidade, conectividade, inovação e tecnologia embarcada, além do interesse crescente por itens com design e por customização e personalização, são tendências que norteiam as ações da Tramontina, com matriz em Carlos Barbosa.

Rosane Fantinelli, diretora de marketing corporativo, destaca como resultado desta visão o lançamento, neste ano, de uma nova coleção de panelas, facas e talheres com assinatura sustentável para o segmento doméstico. “A Linha Lyf combina materiais ecológicos e ações de responsabilidade ambiental durante todo o processo produtivo”, afirma.

Ainda inéditos no mercado e prestes a serem lançados, os produtos Wenew, que contemplam dois modelos de cadeira e cestos, utilizam em sua composição resina reciclada pós-consumo, produzida

a partir de materiais descartados adequadamente e encaminhados para reciclagem, que se tornam matéria-prima para a cadeia produtiva.

Rosane enfatiza que os produtos, fruto de parceria com a BrasKem, alinham sustentabilidade com versatilidade e criatividade em seu design. Outra novidade é o carro organizador inteligente (smart system), lançado em abril, ampliando a atuação da marca na aviação.

A diretora ressalta que as práticas sustentáveis fazem parte da história da marca centenária. Recentemente, foi criado o Comitê Ambiental com o objetivo de alinhar e aprimorar as boas práticas da empresa. “Reduzir a geração de resíduos ao longo de toda a cadeia produtiva e de distribuição faz parte de uma série de compromissos assumidos a fim de otimizar o uso de recursos naturais. O desenvolvimento de produtos e embalagens, a gestão de fornecedores, o processo produtivo e o pós-consumo integram a

rotina diária das áreas dedicadas a esse tema, dentro da realidade de cada unidade de negócio”, assinala.

Atualmente, a Tramontina oferece linhas de produtos que atendem ao grande público, como as tradicionais panelas de inox, e vários outros exemplos de utilidades domésticas. Também abastece mercados de nicho, com facas para sushi, utensílios específicos para bares, móveis para espaços corporativos, ferramentas industriais para oficinas mecânicas e cozinhas profissionais para restaurantes. “A oferta de produtos customizados e personalizados representa importante diferencial no mercado, principalmente entre os clientes profissionais em suas áreas”, informa.

O ambiente digital vem apresentando resultados positivos para a companhia. Rosane assinala que o e-commerce cresceu em relevância nas vendas e reputação da marca, com expectativa de evolução contínua. O site foi reformulado a fim

de refletir a preferência da marca já consolidada também no ambiente online e atender ao desejo do consumidor crítico, exigente e interessado em um tom cada vez mais humanizado nas trocas. A empresa também investe na comunicação pelas redes sociais e canais próprios a partir de parceria com influenciadores digitais para entregar conteúdo capaz de inspirar consumidores nos diferentes segmentos de atuação. “Trabalhamos com especial atenção nos canais que nos aproximem dos jovens”, destaca.

O parque fabril doméstico ganhou recentemente uma unidade para fabricação de porcelanas, na cidade de Moreno, nova divisão da operação de Recife. Além de plantas no Rio Grande do Sul, a Tramontina opera em Belém (PA). Rosane assinala que atuar de forma descentralizada e contar com centros de distribuição têm sido fundamentais para atender aos clientes de forma ágil. São nove unidades fabris e cinco

centros de distribuição, localizados de forma a garantir agilidade logística nas entregas.

Diante do mercado em constante evolução, a automatização se tornou mais presente na empresa nos últimos anos. No entanto, a companhia segue investindo na manutenção e qualificação de mão de obra dos cerca de 10 mil funcionários.

Como parte da visão de sustentabilidade, a Tramontina faz uso de empilhadeiras elétricas nas unidades fabris, com intenção de expandir, gradativamente, para a utilização de transporte com zero emissão de carbono. Também há investimentos em equipamentos elétricos, não só para uso nas fábricas, mas também em produtos para os clientes. Rosane cita as lâmpadas de LED, cooktops a indução e veículos elétricos. A empresa também adquire energia elétrica para as fábricas no mercado livre, proveniente de fontes renováveis certificadas.