

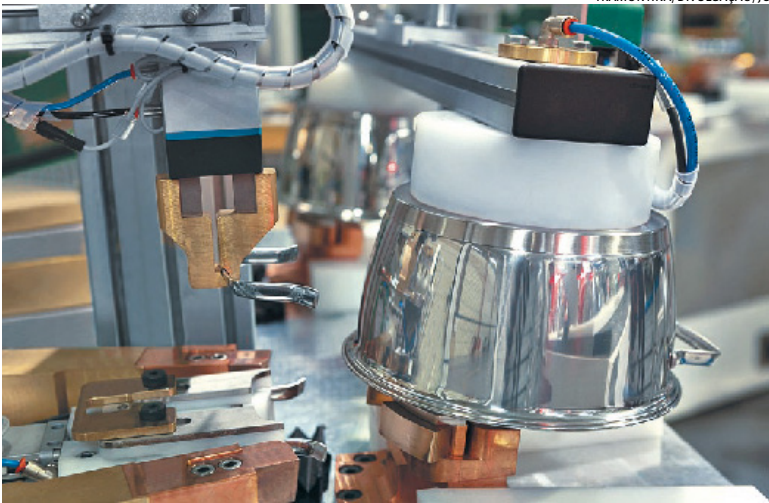
Processamento próprio de alumínio começou em 2013

Para otimizar ainda mais os processos industriais do complexo de cutelaria, desde 2013 a unidade também passou a produzir o próprio alumínio utilizado para a fabricação de seus itens, criando um setor próprio para processar matéria-prima. Com uma capacidade instalada de aproximadamente 3,6 mil toneladas por mês, funcionários atuam nos fornos que derretem, a uma temperatura de cerca de mil graus, as placas oriundas da Companhia Brasileira de Alumínio, fabricando as bobinas de alumínio que vão se transformar nas peças itens de desejo dos consumidores.

O excedente desse processamento também é vendido para fora e para a fábrica da Tramontina localizada em Farroupilha, especializada na elaboração de

utensílios como panelas de fundo triplo, talheres, itens para servir e equipamentos para cozinhas profissionais.

“O principal diferencial dessa operação é que ela está totalmente integrada aos pilares de sustentabilidade e economia circular da empresa. A Tramontina não apenas garante o suprimento para sua produção, mas também recicla internamente todas as sobras de alumínio geradas. Isso se traduz em ganhos que vão além da redução de custos. O processo eleva a segurança da nossa cadeia de suprimentos, melhora nossa competitividade no mercado e oferece maior versatilidade e flexibilidade para responder rapidamente às demandas dos clientes e consumidores”, comenta o diretor comercial da empresa, Marcos Grespan.



Tecnologia é utilizada na montagem de produtos como panelas

Nova identidade visual marca os 115 anos da empresa

Reconhecida como uma marca geracional sólida, a Tramontina aproveitou a proximidade das comemorações de seus 115 anos, que serão celebrados em 2026, para renovar sua identidade visual. Assim, os produtos ganharão uma nova logomarca. A atualização gráfica aproxima ainda mais a companhia de sua essência e tem inspiração nas chapas de aço, principal matéria-prima utilizada em seus produtos.

A nova assinatura da Tramontina traz o “T” como ícone, com traços mais retos, e com o azul – cor já consolidada da marca – mais intenso, buscando aliar tradição e contemporaneidade, remetendo à tecnologia e inovação. A tipografia também

foi adaptada ao ambiente digital, com o objetivo de transmitir força e robustez.

A diretora de Marketing da empresa, Rosane Fantinelli, enfatiza que a atualização faz parte de um movimento maior de marca e reforça a presença em diferentes segmentos atendidos pela empresa. Segundo ela, o novo logo é “feito para durar e um símbolo de confiança renovada para as futuras gerações”.

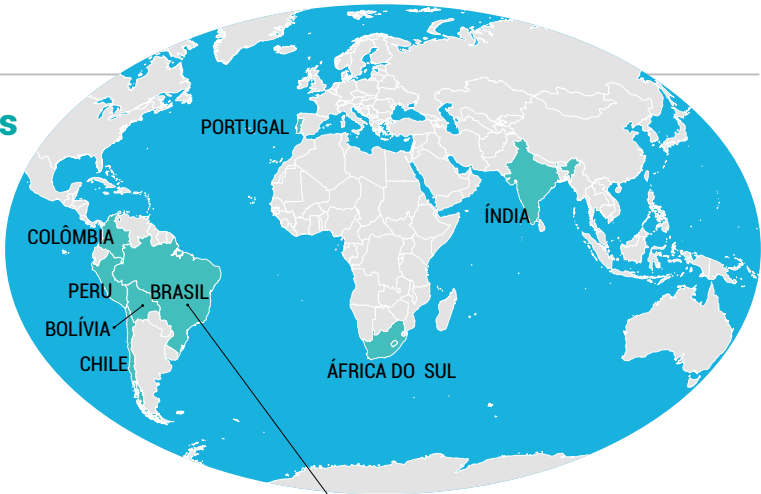
“A nova identidade reflete esse compromisso, aproximando ainda mais a marca de diferentes perfis de público – do consumidor doméstico aos profissionais autônomos e aos mercados institucionais, como hospitalidade, agronegócio e indústria”, explica.

A Tramontina em números

RAIO-X

FONTE: TRAMONTINA

- Fundada em 1911, a Tramontina possui **mais de 22 mil itens em seu portfólio**, entre utensílios e equipamentos para cozinha, porcelanas, eletros, ferramentas para agricultura, jardinagem, manutenção industrial e automotiva, construção civil, materiais elétricos, veículos utilitários, móveis de madeira e de plástico
- A empresa tem **mais de 10 mil funcionários**
- Exporta para mais de 120 países
- Mais de 40 lojas próprias em todo o mundo
- 21 T stores
- 2 T factory stores (lojas conceito, que apresentam grande parte do portfólio da marca) em 9 estados do Brasil e no Distrito Federal
- Mais de 14 lojas na América Latina (Bolívia, Chile, Peru e Colômbia)
- 1 loja na África do Sul
- 1 loja em Portugal



■ São 9 unidades fabris:

- 6 no Rio Grande do Sul, sendo sendo 4 em Carlos Barbosa – Tramontina Cutelaria, Tramontina Eletrik, Tramontina Multi Ee Tramointina TEEC – além da Tramontina Fraroupilha e Tramontina Garibaldi
- 1 no Pará – Tramontina Belém
- 1 em Pernambuco – Tramontina Delta
- 1 na Índia- a joint venture Tramontina Índia
- São 5 centros de distribuição (CDs) no Brasil e 19 no exterior
- 5 Escritórios Regionais de Vendas (ERV) no Brasil, 3 em outros países e 1 Escritório de Qualidade e Serviços na Ásia



Resiliência e diversificação de mercado pós-tarifaço

Tendo os Estados Unidos como um dos principais destinos de suas exportações, principalmente de itens como panelas e frigideiras com revestimento antiaderente, talheres e facas, a Tramontina foi diretamente impactada pela sobretaxa do governo norte-americano sobre os produtos brasileiros. Por conta do tarifaço imposto em agosto por Donald Trump, e que desde setembro vem derrubando as exportações do Rio Grande do Sul para o mercado estadunidense, a empresa teve de rever seu planejamento, partindo para a diversificação de mercados e o fortalecimento de parcerias estratégicas, como explica o diretor comercial da companhia, Marcos Grespan.

“A mudança de cenário nos levou a revisar rapidamente o planejamento de produção e comercialização. Estamos priorizando a diversificação de mercados e o fortalecimento de parcerias comerciais em regiões estratégicas, especialmente na América Latina, onde além do Brasil, temos centros de distribuição próprios na maioria dos países como México, Chile, Peru, Colômbia, Equador, permitindo intensificar o trabalho em conjunto entre todas as áreas, buscando novas oportunidades, otimizando custos e garantindo competitividade”, comenta.

O executivo destaca que as sanções impostas pelo governo dos EUA estão sendo acompanhadas de perto e demonstra expectativa de que uma “solução equilibrada” seja alcançada, o que é esperado principalmente após o recente encontro dos presidentes Luiz Inácio Lula da Silva e Donald Trump na Malásia.

“Mesmo diante desse cenário, a companhia tem histórico de resiliência em momentos de instabilidade econômica. Com mais de um século de atuação e presença em mais de 120 países, mantém uma estratégia voltada ao longo prazo, o que garante fôlego e flexibilidade para reagir a mudanças no mercado global. Já atravessamos situações desafiadoras e, em muitos casos, observamos a recuperação posterior desses mercados.”

Internacionalização da Tramontina avança na Índia

Para ampliar o posicionamento da marca Tramontina no exterior e avançar na internacionalização da produção, desde março deste ano a empresa passou a contar com uma fábrica fora do Brasil. Localizada na cidade de Hubballi, na Índia, a operação marcou também a primeira joint venture da companhia, que se uniu à indiana Aequs, dando início às atividades da Aequs Cookware Products Limited (ACPL). Situada no estado de Karnataka, nas dependências da fábrica de 160 hectares da Aequs,

a planta produz panelas e outros utensílios de cozinha para atender aos mercados indiano e externo.

A associação recebeu investimento de R\$ 52 milhões, com participação de 50% para cada companhia. Atuante na Índia desde 2024, onde inaugurou um centro de distribuição em Mumbai, considerada a cidade mais rica do país, a operação mira especialmente o mercado asiático.

A unidade conta com 80 funcionários e capacidade de produzir cerca de 400 mil panelas de alumínio e 75 mil panelas de aço inoxidável por mês, segundo informou a marca, em março, ao JC.

Na ocasião, o presidente do Conselho de Administração da Tramontina, Eduardo Scmazzon, avaliou, por meio de nota, que o momento marcava “apenas o início dessa operação, e vemos grandes oportunidades de crescimento e expansão, tanto na capacidade de produção quanto na gama de produtos para necessidades domésticas que oferecemos ao mercado”.