

# WE MAKE THE FUTURE TODAY

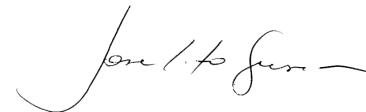
EL FUTURO SE HACE HOY

Some people ask how it feels for Tramontina to traverse over a century of history. There is no single answer. There are many factors that have allowed the company to keep winning for so many years. A fundamental factor is the certain desire to always evolve, seeking new meanings and being aware and open to continuous improvement. The company is now 106 years old, but a great part of what it does today was created less than a decade ago. Our products consisting of over 18,000 items are constantly renewed. The constant evolution of our structures, internal processes, investment in technology and automated solutions is rather expressive. But for everything to keep running smoothly, this movement always begins with people's willingness to have an organization always connected with a society in transformation. It is with this spirit that we bring you this new TT. Now in its 37th edition, the magazine comes with a new design to offer you a small glimpse into what we have done in 2017, which reflects the name of the publication: a portrait of what we do "today". We wish you an enjoyable read and hope that you find the answers about how Tramontina has traversed over one century of history on each of these TT pages.

**A**lgunas personas preguntan cómo hace Tramontina para atravesar más de un siglo de historia. No hay una sola respuesta. Son varios factores los que permiten que la empresa haya vencido tantos años. Un factor fundamental es la seguridad de querer evolucionar siempre, buscar nuevos significados, estar atenta a la mejora permanente. La empresa tiene 106 años, pero gran parte de lo que hace hoy se creó hace menos de una década. Nuestro mix de productos, con más de 18 mil artículos, se renueva siempre. Nuestras estructuras y procesos internos se mantienen en evolución constante y las inversiones en tecnología y soluciones de automatización son expresivas. Pero para que todo ocurra con equilibrio, ese movimiento comienza siempre con la voluntad demostrada por las personas para que la organización esté siempre conectada a una sociedad en transformación. Es ese el espíritu con el que presentamos esta nueva TH. En su 37<sup>a</sup> edición, la revista se muestra con un nuevo proyecto gráfico para ofrecerle una pequeña muestra de lo que hicimos en el 2017 que le otorga el nombre a la publicación: ser un retrato de lo que somos "hoy". Deseamos que tenga una buena lectura y que en cada página de esta TH encuentre las respuestas sobre cómo Tramontina hace para atravesar más de un siglo de su historia.



Clovis Tramontina  
President of the Board  
Presidente del Consejo



Joselito Gusso  
Vice-President of the Board  
Vicepresidente del Consejo

# CONTENTS

ÍNDICE

6

PRODUCTS  
PRODUCTOS



30

EXPANSION AND  
TECHNOLOGY  
EXPANSIÓN Y TECNOLOGÍA

58

HIGHLIGHTS  
DESTACADOS

42

MARKETING





TRAMONTINA TODAY / TRAMONTINA HOY  
Yearly publication by Tramontina enterprises  
Publicación anual de las empresas Tramontina

**Coordination / Coordinación:** Tramontina Corporate Marketing / Marketing Corporativo

**Creation and Coordination / Creación y Coordinación:** Núcleo de Propaganda Ltda.

**Graphic Project / Proyecto Gráfico:** Rodrigo Alves de Oliveira

**Photography / Fotografía:** Tramontina document archives/

Acervo Tramontina, Débora Zandonai and/y Estação Filmes

**Editorship / Redacción:** Andreas Muller - MTB 10669

December / Diciembre 2017

INDUSTRIAL TOOLS  
HERRAMIENTAS INDUSTRIALES

CHECK OUT THE ENTIRE LINE OF INDUSTRIAL TOOLS AT  
[TRAMONTINA.COM/EN/PRO](http://TRAMONTINA.COM/EN/PRO)  
VEA TODA LA LÍNEA DE HERRAMIENTAS INDUSTRIALES EN  
[TRAMONTINA.COM/ES/PRO](http://TRAMONTINA.COM/ES/PRO)

WORK AT

H  
G



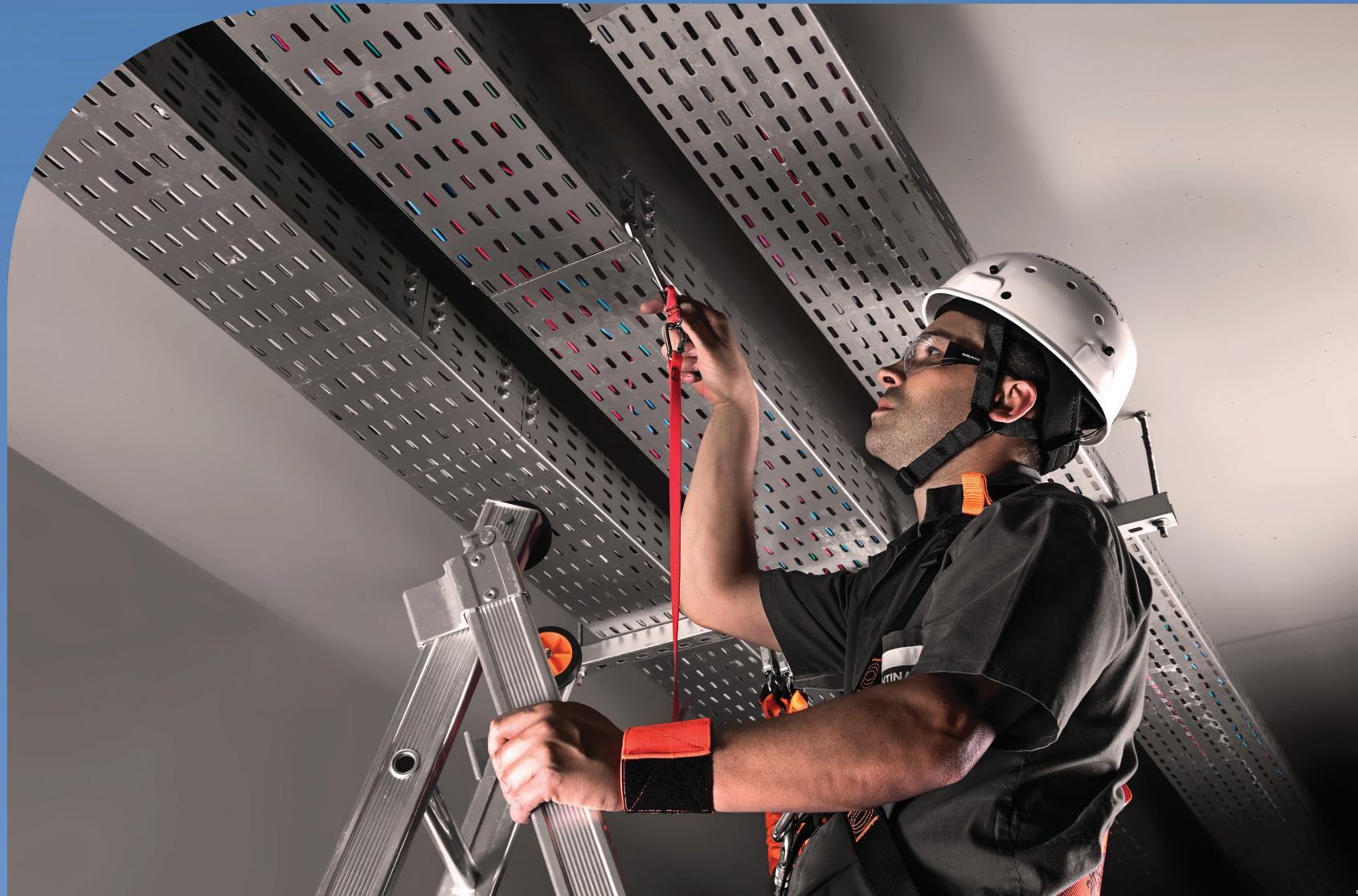
# EI HT SAFETY



**T**ramontina PRO's solution for working at height offers over 250 products that comply with Brazilian Regulatory Norm (NR) 35, which establishes the health and safety standards for work at height such as on top of buildings, platforms, scaffolding, or machines taller than 2m. From accessories for fastening and anchoring to tool kits with organizers and accessories, all items were designed to prevent tools from falling and causing accidents.

## TRABAJO EN ALTURA MÁS SEGURO

**T**ramontina PRO ofrece más de 250 productos para solucionar los trabajos en altura y atender a la Norma Norma Reglamentadora (NR) 35 – que determina los estándares de seguridad y salud en el trabajo realizado en lo alto de edificios, plataformas, estructuras o máquinas con altura superior a 2 metros. Entre accesorios para amarrado y anclaje y composiciones de herramientas con organizadores y accesorios, todo se proyectó para evitar que las herramientas se caigan y causen accidentes.



# INNOVATION IN THE TOOLKIT

INNOVACIÓN EN EL MALETÍN

**H**ybrid cars combining an electric and combustion engine can be found in Brazilian streets already, and they demand specific maintenance. Aware of this opportunity, Tramontina PRO has launched a solution with insulated tools for the maintenance of these vehicles. Amongst the items, there is an insulated torque wrench, a T-cable, sockets, and gloves. The new release integrates line IEC 60900, especially made to provide increased safety to those who work with electricity. Items are designed for low voltage activities, up to 1,000V AC and 1,500V DC, and comply with all 10 Regulatory Norm (RN) and IEC 60900 (equivalent to European EN 60900) standards.

**L**os carros híbridos, que combinan motor de combustión con eléctrico, ya están circulando en Brasil – y exigen cuidados específicos. Atenta a esa oportunidad, Tramontina PRO lanzó una solución con herramientas aisladas para el mantenimiento de esos vehículos. Entre esos artículos están un torquímetro aislado, un mango T, dados y guantes. La novedad integra la línea IEC 60900, hecha especialmente para proporcionar más seguridad a quienes trabajan con electricidad. Los artículos son indicados para actividades en baja tensión – hasta 1.000 V en corriente alterna y 1.500 V en corriente continua – y cumplen todas las exigencias de la NR 10 y de la norma internacional IEC 60900 (equivalente a la norma europea EN 60900).



## REPAIR VEHICLES WITH INCREASED COMFORT

REPARACIÓN DE VEHÍCULOS CON MÁS COMODIDAD

**N**ow garage professionals have an option that provides more comfort to their work. The metallic workshop mat with backrest developed by Tramontina PRO has a head cushion and upholstered base. The job is easier thanks to the 75mm-diameter rubber rotary casters installed in a heavy duty tubular frame which supports a load of up to 170kg.

**A**hora, los profesionales de talleres mecánicos tienen una opción que trae más comodidad a su trabajo. El carrito para mecánico metálico con respaldo lanzado por Tramontina PRO tiene almohada de cabeza y base tapizada. La actividad se facilita todavía más gracias a las ruedas giratorias revestidas de goma, con 75 mm de diámetro, instaladas en un cuerpo tubular de alta resistencia que soporta hasta 170 kg de carga.



## A WELL-LIT JOB

MUCHA LUZ PARA TRABAJAR

**A**high illumination capacity is the greatest highlight of Tramontina PRO's new LED flashlight. There are twelve front LEDs and another three LEDs on top, all combined with the SMD technology to ensure brightness with low energy consumption when compared to traditional LEDs. Waterproof protection, a rotating base up to 180°, and a magnetic base are some of the features that make this flashlight the best choice for jobs in dim environments, ideal to hang from the car hood while conducting maintenance work.

**L**a alta capacidad de iluminación es la gran característica de la nueva linterna de LED de Tramontina PRO. Son 12 LEDs frontales y tres LEDs superiores – todo eso combinado con la tecnología SMD, que garantiza alto brillo con bajo consumo de energía en comparación al LED tradicional. Protección contra infiltraciones, base giratoria a 180° y base magnética son algunos de los atributos que hacen que esta linterna sea la elección perfecta para trabajos en ambientes poco iluminados, ideal para colgar en la capota de automóviles durante trabajos de mantenimiento.

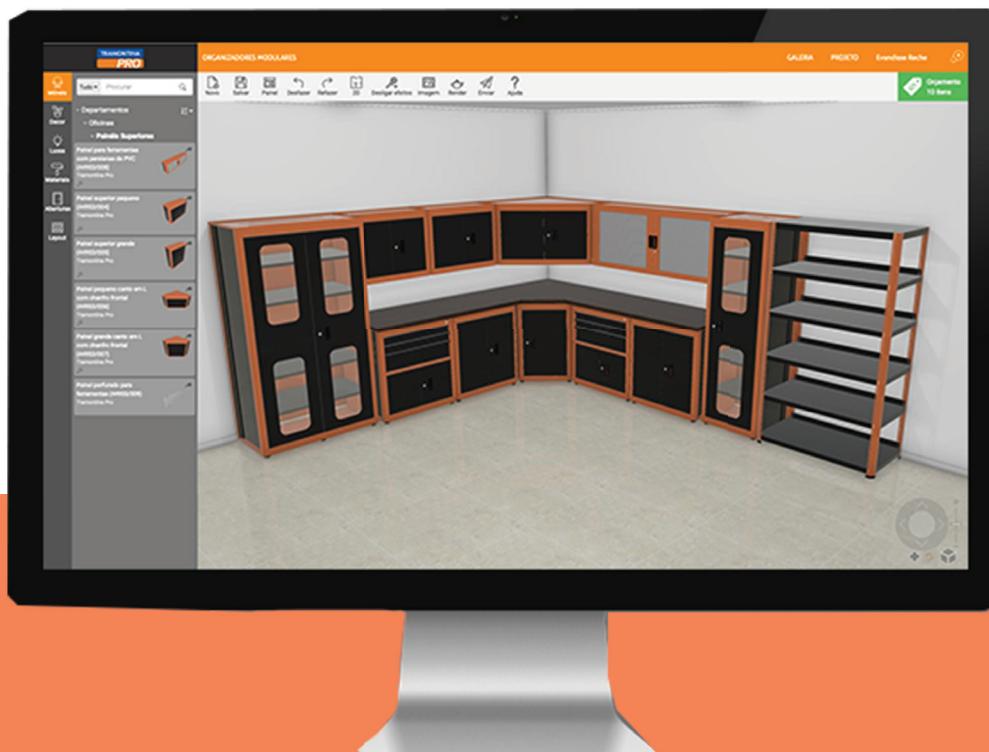
# 3D SIMULATOR

FOR WORKSHOP PROJECTS

SIMULADOR 3D PARA PROYECTOS DE TALLERES

Tramontina has innovated once more and brought to the market a 3D simulator for automotive and industrial workshop projects. If you want to organize and increase productivity in a work environment, you can access the [tramontina.com.br/en/create-your-3d-project](http://tramontina.com.br/en/create-your-3d-project) website and insert the measurements of the space. This service allows you to configure the space and add doors, windows, decorations, and even simulate distinct colors for the furniture. After that, all you need to do is add them to view the result. Then, simply request a quote for the selected furniture items and a Tramontina representative will get in touch. No strings attached.

ramontina innovó una vez más y trajo al mercado un simulador 3D para proyectos de talleres mecánicos e industriales. Quien quiera organizar y aumentar la productividad de un ambiente de trabajo puede ingresar al sitio [tramontina.com/pro3d](http://tramontina.com/pro3d) e introducir las medidas del local. El servicio permite configurar ambientes y agregar puertas, ventanas, decoración e incluso simular diferentes tonalidades de los muebles. Basta agregarlos para visualizar el resultado. Después, sólo se tiene que solicitar el presupuesto de los muebles elegidos y un representante de Tramontina entrará en contacto. Sin compromiso.



## TRAMONTINA MASTER CHROMED STEEL DRILL BITS FOR FIBER-REINFORCED CEMENT: DURABILITY AND HIGH RESISTANCE

BROCAS DE ACERO AL CROMO PARA FIBROCEMENTO TRAMONTINA MASTER:  
DURABILIDAD Y ALTA RESISTENCIA

The new drill bits for fiber-reinforced cement complement the Tramontina Master drill line. With high mechanical resistance in intense usage, these drill bits can be used for drilling into posts, wooden poles, and fiber-reinforced cement roof tiles. The chromed steel body and elongated length of the rod ensure performance even in hard-to-reach places or when you need to drill deeper. Available in nine sizes from 1/4" to 5/8".

Las nuevas brocas para fibrocemento llegaron para complementar la línea de brocas de Tramontina Master. Con alta resistencia mecánica en uso intenso, se pueden usar en perforaciones de postes, travesaños de madera y tejas de fibrocemento. El cuerpo de acero al cromo y el largo del eje prolongado garantizan el desempeño incluso en sitios de difícil acceso o en casos de agujeros más profundos. Disponibles en nueve tamaños – de 1/4" a 5/8".



# VA RIE TY

IN UTILITY  
VEHICLES

**VARIEDAD DE VEHÍCULOS  
UTILITARIOS ELÉCTRICOS**



The Eletro electric utility vehicles are ideal for those who want light, silent vehicles to transport loads or passengers. Easy to drive, the utility vehicles are made in Brazil, offer technical assistance all over the country, and do not release CO<sub>2</sub>. For those who prefer customized vehicles, it is possible to choose from eight awnings and roof colors at no extra cost.

Los utilitarios eléctricos Eletro son ideales para los que buscan vehículos livianos y silenciosos, ya sea para transportar carga o recibir pasajeros. Fáciles de manejar, los utilitarios se fabrican en Brasil, tienen asistencia técnica en todo el país y no emiten CO<sub>2</sub>. Para los que prefieren vehículos personalizados, se pueden elegir carenado y techos de ocho colores diferentes sin costo adicional.



# A SHOW ER

OF SAVINGS  
**CUÁNDO SE TRATA DE  
AHORRO, ELLAS SON LAS  
MEJORES**

**T**ramontina's high-pressure washers are synonymous with cleanliness and saving water. The new products in the line feature resources that ensure much more practicality and savings. Now with a modern Full Stop system, which shuts off the motor and relieves internal pressure by releasing the trigger, they save power and water. The quick connections make the hoses easy to assemble and take apart, and the new connector comes with a filter to prevent dirt from entering the equipment.

**L**as lavadoras de alta presión de Tramontina son sinónimo de limpieza y ahorro de agua. Los nuevos productos de la línea cuentan con recursos que garantizan mucho más ahorro y practicidad. Ahora con moderno sistema de Stop Total, que apaga el motor y alivia la presión interna al soltar el gatillo, generando ahorro de energía y agua. Los enganches rápidos facilitan el armado y desarmado de las mangueras y el nuevo conector viene con un filtro que evita la entrada de residuos al equipo.





SERVICE AREA  
ÁREA DE SERVICIO

SERVICE AREA? CHECK OUT:  
[TRAMONTINA.COM/EN/SERVICEAREA](http://TRAMONTINA.COM/EN/SERVICEAREA)  
ÁREA DE SERVICIO? VISITE:  
[TRAMONTINA.COM/ES/AREADESERVICIO](http://TRAMONTINA.COM/ES/AREADESERVICIO)

SMALL AND FUNCTIONAL

# LAUNDRY SINKS

FREGADEROS PEQUEÑOS Y FUNCIONALES

Service areas have become increasingly smaller in modern buildings, mainly in the big cities. This requires companies to be aware and develop functional and compact items designed for these spaces. To follow this trend, Tramontina has a new inset laundry sink measuring only 40cm x 40cm. Made in single-block stainless steel, this product is available with a satin or polished finish.

Las áreas de servicio se han vuelto cada vez más chicas en los inmuebles actuales – particularmente en las grandes ciudades. Eso exige que las empresas estén atentas y desarrollen artículos funcionales y pequeños, pensados para esos espacios. Dispuesta a acompañar esta tendencia, Tramontina lanzó un fregadero de encajar de tan sólo 40 x 40 cm. Fabricado en acero inoxidable mono bloque, el producto está disponible con terminación satinada o pulida.



# THE TOSCANA LINE HAS A FRESH LOOK

LÍNEA TOSCANA DE CARA NUEVA

**D**eveloped by Italian designers Edi & Paolo Ciani, this line is entirely functional, without letting go of elegance. The new Eco Clear finish helps to protect and highlight the veins of the Muiracatiara wood that compose the pieces. The chairs are assembled and may be stacked. The seats and backrests are made with waterproof Aquablock fabric.

**P**lanificada por los diseñadores italianos Edi y Paolo Ciani, la línea es totalmente funcional – pero sin dejar de lado la elegancia. La nueva terminación Eco Clear ayuda a proteger y destacar las fibras de madera noble Muiracatiara, que componen los muebles. Las sillas, que vienen armadas, se pueden apilar. Los asientos y respaldos son de tela impermeable Aquablock.





HOW ABOUT  
A COFFEE IN

# PARÍS?

¿QUÉ TAL UN  
CAFÉ EN PARÍS?

Transmitting the sensation of appreciating good moments at a Parisian cafe is the Paris collection's intention. The almond and tobacco finishes highlight the weightlessness and sophistication of the design, reflecting the elegance of the French capital. You can choose from three seat colors to build the set that best suits your style.

Transmitir la sensación de apreciar buenos momentos en un café parisino es la propuesta de la colección París. Las terminaciones en color almendra y tabaco realzan el diseño liviano y sofisticado, remitiendo a la elegancia de la capital francesa. Y, además, se pueden elegir entre tres colores de asientos para armar el conjunto que mejor se adapte a su estilo.





# A NEW TABLE

FOR AN IMPRESSIVE DINING ROOM

**NUEVA MESA PARA UN COMEDOR DE IMPACTO**



Fans of a classic, elegant decoration style now have the Belle Époque tables with matching chairs. Available in round (1.20m), square (1.20m x 1.20m), and rectangular (1.00m x 1.80m) models, and three color options – black, white, and transparent. To make an impact in your dining room.

Los adeptos a un estilo clásico y elegante en la decoración ahora cuentan con las mesas Belle Époque, que combinan con las sillas de la misma línea. Disponibles en los modelos redondo (1,20 m), cuadrado (1,20 x 1,20 m) y rectangular (1,00 x 1,80 m) además de tres opciones de colores: negro, blanco y transparente. Para causar impacto en el comedor.

# ANOTHER COOKTOP **MADE IN BRAZIL**

**UN COOKTOP MÁS PRODUCIDO EN BRASIL**

With distinguished power, safety, and energy saving features, the induction cooktops are highly rated in Brazil. That is why Tramontina is now making another model of this product in the country: the New Square Touch B 4EI 60. One of the main advantages is the reduction in production costs, which makes the item even more attractive. Another is the variety of features such as the booster mode, using the equipment's maximum power to speed up boiling and simmering.

Caracterizados por su potencia, seguridad y ahorro de energía, los cooktops de inducción están en alta en Brasil. Por eso, Tramontina pasó a fabricar en el país un nuevo modelo del producto – el New Square Touch B 4EI 60. Una de las ventajas es la reducción del costo de producción, que hace que el producto sea todavía más atractivo. Otra ventaja es la variedad de recursos, como el booster, que utiliza la potencia máxima del equipo para acelerar el hervor o la cocción.



# THE RIGHT RANGE HOOD FOR MINIMALIST PROJECTS

LA CAMPANA IDEAL PARA PROYECTOS MINIMALISTAS

Enthusiastic minimalists now have a new range hood option to make their kitchen even cleaner. The Incasso 75 built-in range hood can be set in the furniture for a more discrete look, collaborating with those with limited space. The noise is minimal, but the suction power is maximum.

Los amantes del minimalismo ganaron una opción de campana perfecta para su cocina. La campana de embutir Incasso 75 se puede instalar dentro de un mueble, proporcionando un aspecto más discreto y colaborando con quienes tienen problemas de espacio. El ruido es mínimo, pero la capacidad de succión es máxima.



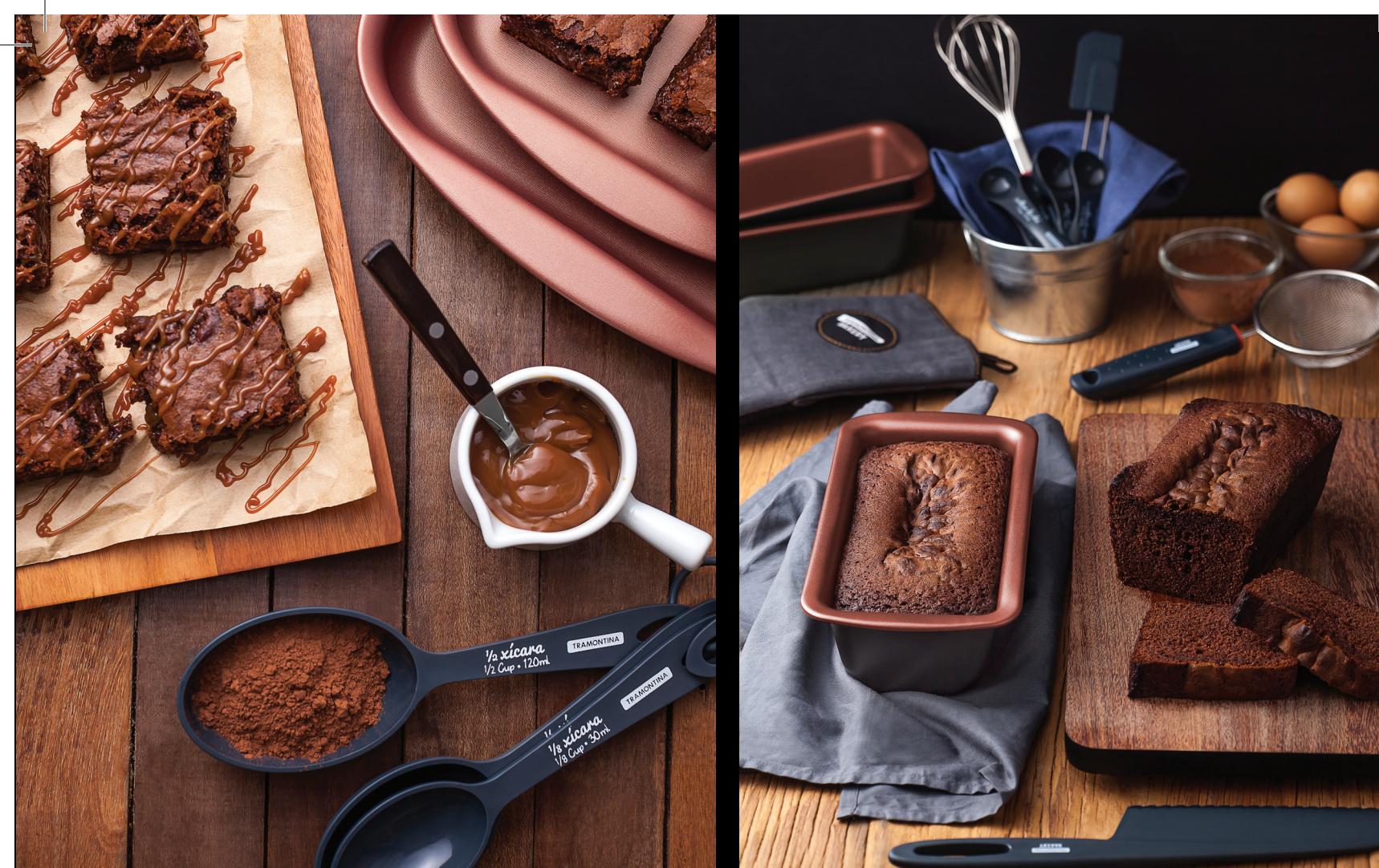
## INNOVATION IN MIXER FAUCETS

INNOVACIÓN EN MEZCLADORES

A mixer faucet with an independent spout for filtered water – another Tramontina innovation. The Monde Filter model is the only one in its category that has this distinguished feature and may be used with all filters in the market with a 1/2" input. To make water consumption even safer, it is manufactured in lead-free AISI 304 stainless steel.

Un mezclador con grifo independiente para agua filtrada – esa es otra innovación de Tramontina. El modelo Monde Filter es el único de la categoría que cuenta con ese diferencial y se puede usar con todos los filtros del mercado con entrada de 1/2". Además, pensando en un consumo de agua más sano, se fabrica en acero inoxidable AISI 304, exento de plomo.





CHARACTER WHEN

# COOKING

*PERSONALIDAD A LA HORA DE COCINAR*

The new Bakery line offers a customized touch for the kitchens of everyday chefs. The copper accents complement the design of the products in a sophisticated way, including utensils and pans to roasting dishes and cake and cupcake kits. All feature the Starflon T1 non-stick lining.

*L*a nueva línea Bakery ofrece un toque personalizado para la cocina de los chefs de todos los días. Los detalles de cobre complementan de forma sofisticada la propuesta de diseño de los productos - que van desde utensilios y ollas hasta asaderas y kits para tortas y cupcakes. Todos con revestimiento interno antiadherente Starflon T1.



# PAMPLONA LINE

FROM THE COOKTOP  
TO THE TABLE

LÍNEA PAMPLONA:  
DE LA COCINA A LA MESA

The homey flavors of soups, broths, risottos, and feijoada can now be prepared in a line especially developed for them. The Pamplona sets have an exclusive design that can be taken to the table without letting go of charm. The glass lid makes preparation easier. After all, seeing the meal is also a way of savoring it.

Los sabores caseros de sopas, caldos, risottos y feijoadas ahora se pueden preparar en una línea pensada especialmente para ellos. Los juegos Pamplona tienen un diseño exclusivo que puede ir a la mesa sin perder el encanto. La tapa de vidrio facilita la preparación – al fin de cuentas, ver la comida también es una forma de saborearla.



## CORDOBA LINE: EVERYDAY VERSATILITY

LÍNEA CÓRDOBA:  
VERSATILIDAD  
TODOS LOS DÍAS

Versatility and beauty can, indeed, be part of the same kitchen products. One example is the new Cordoba line with tempered glass lids with a steam outlet and an external silicone coating for an added special touch. Made in reinforced aluminum, these pans are lined with a Starflon T2 non-stick coating. Additionally, they can be used on gas, electric, and glass ceramic cooktops (with heating elements).

Versatilidad y belleza sí pueden formar parte de los mismos productos para la cocina. Un ejemplo de ello es la nueva línea Córdoba, con tapa de vidrio templado con salida de vapor y revestimiento externo siliconado, que le da un toque especial a los productos. Fabricadas en aluminio reforzado, las ollas tienen revestimiento interno de antiadherente Starflon T3. Para completar, se pueden utilizar tanto en cocinas a gas, eléctricas o vitro cerámicas (con resistencia eléctrica).

# BRA FA



# BREAKFAST LINE

ENERGY TO START THE DAY

LÍNEA BREAKFAST  
ENERGÍA PARA COMENZAR EL DÍA

There's nothing like a good breakfast to start the day full of energy. Why not prepare your food with the most charming utensils? The Breakfast line offers warm colors and customized patterns for the most important meal of the day. Among glasses, plates, frying pans, and bowls, the highlight is the tapioca maker for an even healthier and nutritive breakfast.

Nada como un buen desayuno para comenzar el día lleno de energía. ¿Y por qué no preparar los alimentos con utensilios con más encanto? La línea Breakfast ofrece colores cálidos y estampados a la medida para la principal comida del día. Entre vasos, platos, sartenes y bowls, se destaca la tapiocera para un desayuno más sano y nutritivo.



WATCH AND DISCOVER A WORLD OF POSSIBILITIES AT:  
TRAMONTINA.COM/EN/BREAKFAST  
VEA Y DESCUBRA UN MUNDO DE POSIBILIDADES EN:  
TRAMONTINA.COM/ES/BREAKFAST



# FRYING PAN WITH DIFFERENT FINISHES

## SARTÉN CON MÚLTIPLES TERMINACIONES

A triple-ply bottom for faster cooking, saving time and energy. The ceramic lining allows you to use less oil. The stainless steel frame to finish cooking recipes in the oven. A handle coated with heatproof silicone. What else can a line of frying pans offer? Tramontina added to this recipe the high gloss finish and the possibility of use on several types of cooktops. And they are safe for dishwasher use! The result: the new Ceramic Grafit frying pan shines bright where savings, durability, and practicality are concerned. They are available in full stainless steel or with a silicone handle.

Fondo triple para que los alimentos estén listos más rápido, ahorrando tiempo y energía. Revestimiento de cerámica para cocinar con menos aceite. Estructura de acero inoxidable para terminar recetas en el horno. Mango con revestimiento de silicona antitérmica. ¿Qué más puede ofrecer una línea de sartenes? Tramontina le agregó a esa receta la terminación de alto brillo y la posibilidad de usarse en diversos tipos de cocinas. ¡Y además se pueden lavar en lavajillas! El resultado: el nuevo sartén Ceramic Grafit brilla cuando se trata de ahorro, durabilidad y practicidad. Viene en versiones totalmente de acero inoxidable y con mango de silicona.



Eléctrico  
Electric  
Eléctrica



Gás  
Gas  
Gas



Indução  
Induction  
Inducción



Vitrocerâmico  
Ceramic glass  
Sobre vidriado cerâmico



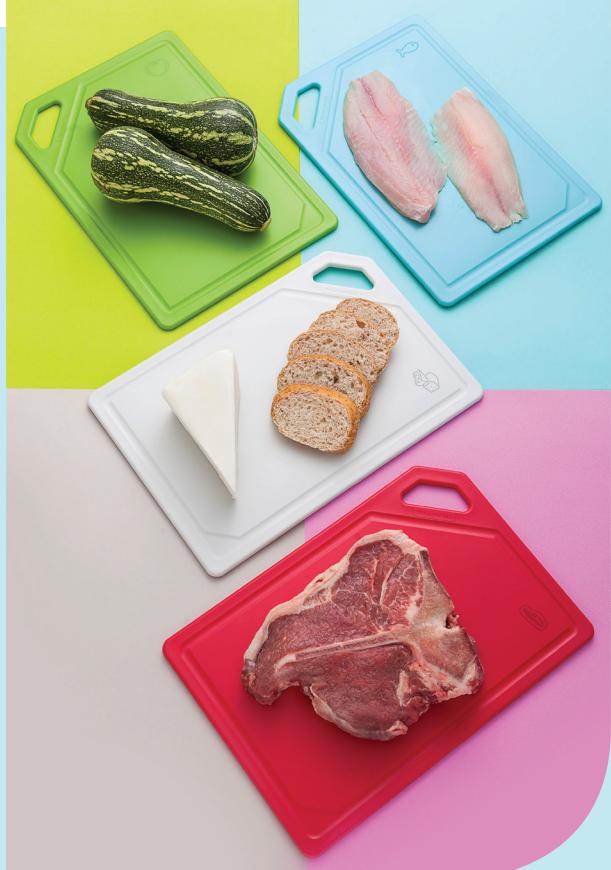


## NEW GRINDER MODELS

NUEVOS MODELOS DE MOLINILLOS

**T**he new Tramontina grinders combine style and functionality. One of them, in stainless steel and acrylic, is a double grinder: you can add salt to one side and pepper to the other. All you need to do is turn it, adjust the grain size, and grind. The other options are in stainless steel and acrylic or bamboo and can store either one of the condiments, and feature the grind adjustment option. All have a bold design to draw everyone's eyes to the table.

**L**os nuevos molinillos de Tramontina combinan elegancia y funcionalidad. Uno de ellos, de acero inoxidable y acrílico, es doble: de un lado puede ir la sal y del otro, la pimienta. Basta darlo vuelta, ajustar el tamaño del grano deseado y moler. Las otras opciones vienen en acero inoxidable y acrílico o bambú y pueden llevar cualquiera de los condimentos, porque también tienen ajuste de grano. Todos con diseño audaz para atraer las miradas a la mesa.



## FOR MORE COLORFUL MEALS PARA COMIDAS MÁS COLORIDAS

During the daily rush, small breaks are needed to recover energy. The Mixcolor line was developed by Tramontina to bring color to quick everyday snacks. Cups and containers in candy colors make your breaks more pleasant and fun.

*En el apuro de todos los días, las pequeñas paradas son esenciales para recuperar las energías. Tramontina lanzó la línea Mixcolor para darle color a las meriendas rápidas del día a día. Copas y potes en candy colors hacen que las pausas sean más agradables y divertidas.*

**WATCH TO LEARN MORE ABOUT THE FULL LINE AT:**  
[bit.ly/TRAMONTINAMIXCOLOR-en](http://bit.ly/TRAMONTINAMIXCOLOR-en)  
**VEA Y CONOZCA LA LÍNEA COMPLETA EN:**  
[bit.ly/TRAMONTINAMIXCOLOR-es](http://bit.ly/TRAMONTINAMIXCOLOR-es)



# NEAT TABLE WARE

**CUBIERTOS SENCILLOS**

The Plenus line has neat tableware items for a stylish table. They are available in three colors, as well as in a kit for cheese and knives for a wide range of cuts. Stainless steel blades and polypropylene handles ensure the products' strength.

*La línea Plenus tiene cubiertos de líneas sencillas para una mesa elegante. Viene con tres opciones de colores, además de un kit para quesos y cuchillos en los más variados colores. Láminas de acero inoxidable y mangos de polipropileno garantizan la resistencia de los productos.*



## A NEW PROPOSITION IN UTENSILS UNA NUEVA PROPUESTA EN UTENSILIOS

Silicone utensils bring more tranquility to those who insist on looking after their cookware with love. What if they are also charming? This is Tramontina's proposition with the Matiz line, bringing ladles, spoons, and spatulas in new lines in red, yellow, and gray. Guaranteed success in the kitchen.

Los utensilios de silicona traen más tranquilidad a los que quieren cuidar sus ollas con cariño. ¿Y si, además de eso, también fuesen encantadores? Ésta es la propuesta de Tramontina con la línea Matiz, que trae cucharones, cucharas y espátulas con nuevos trazos en color rojo, amarillo y gris. Una garantía de éxito en la cocina.





## WOOD AND STAINLESS STEEL ARE A GUARANTEED SUCCESS

MADERA Y ACERO INOXIDABLE SON UNA GARANTÍA DE ÉXITO

In the industrial trend, wood and stainless steel have invaded the most modern kitchens. Tramontina follows this trend with the new Cucinare line of utensils. Lightweight and versatile, they add a touch of design to the table, countertops, and walls. There are spatulas, spoons, forks, and tongs, all for those who insist on doing beautifully well.

**D**entro de la ola industrial, la madera y el acero inoxidable invadieron las cocinas más actuales. Tramontina acompaña esa tendencia con la nueva línea de utensilios Cucinare. Livianos y versátiles, van a darle un toque de diseño tanto a la mesa como a las mesadas y paredes. Son espátulas, cucharas, tenedores y pinzas – todo para quien no deja de lucirse.

## COMPLETE TABLEWARE LINE LÍNEA DE CUBIERTOS COMPLETA

**D**o you know of a complete tableware line that includes all items needed to cater to all occasions and also daily use?

With a wide variety of items, the Angra line features different options of set compositions, with 16, 24, 36, 48, 72, and 79 pieces, as well as a 7-piece set for cakes. A superior finish makes them comfortable and safe to handle. Special self-service packages complete the line.

**C**onoce alguna línea de cubiertos completa, que tenga todos los artículos para todas las ocasiones y también para el día a día? Con una extensa variedad de artículos, la línea Angra tiene diferentes opciones de composiciones de juegos de cubiertos – con 16, 24, 36, 48, 72 y 79 piezas – además de un juego con 7 piezas para tartas. Su terminación superior hace que el manejo sea más cómodo y seguro. Embalajes especiales para autoservicio completan la línea.



# DRUM BARBECUE

CHURRASCO  
ASADO

CHURRASCO LINE FOR ALL TYPES OF BARBECUE COOKS AT:  
[TRAMONTINA.COM/EN/BARBECUE](http://TRAMONTINA.COM/EN/BARBECUE)  
LÍNEA CHURRASCO PARA TODO TIPO DE ASADORES EN:  
[TRAMONTINA.COM/ES/ASADO](http://TRAMONTINA.COM/ES/ASADO)



## GRILL

### 2017 VERSION

PARRILLA DE TANQUE VERSIÓN 2017

The drum barbecue grill has become a classic for quality meat lovers. Tramontina revisited this traditional equipment and developed the TCP-400 grill. Its innovative design in stainless steel ensures the ideal flames for quick cooking and low consumption of charcoal. And the best thing is that the product comes fully assembled. Tradition and design doing beautifully well together for the best barbecue.

*L*a parrilla de tanque se convirtió en un clásico para los amantes de una buena carne. Tramontina hizo una nueva versión de ese tradicional equipo y lanzó el Grill TCP-400. El diseño innovador, de acero inoxidable, garantiza el fuego ideal para una preparación rápida con poco consumo de carbón. Y lo mejor de todo: el producto ya viene armado. Son la tradición y el diseño luciéndose en el mejor asado.



# A GOOD BARBECUE

DEMANDS A CUTTING BOARD TO MATCH  
UN BUEN ASADO PIDE UNA TABLA A SU ALTURA

The new cutting boards made with Teak wood ensure practicality to prepare the barbecue cuts and to serve the guests. The Teak wood ensures the product's durability; the natural finish and exclusive leather accessory highlight the pleasure of preparing the best cuts of meat.

Las nuevas tablas hechas en madera Teca garantizan practicidad tanto en el momento de preparar los cortes de asado como a la hora de servir a los invitados. La madera Teca garantiza la durabilidad del producto y la terminación natural – con un accesorio exclusivo de cuero – realza el placer de preparar los mejores cortes.



## NEW GOURMET WORKSTATIONS

NUEVAS WORKSTATIONS GOURMET

For those who dream about having a professional workstation in their kitchen at home, Tramontina developed a new line of Gourmet Workstations. Though they are compact, they have enough space to store the items you frequently use every day and feature integrated functional accessories. They can also be used to serve meals.

Para los que sueñan con tener una mesa de trabajo profesional en la cocina de su casa, Tramontina lanzó la nueva línea de workstations Gourmet. Compactas, tienen espacio para guardar los artículos más usados del día a día y además vienen acompañadas de accesorios funcionales integrados. También se pueden usar para servir comidas.





# DOING EVEN MORE IN THE **MIDWEST**

**HACER (TODAVÍA MÁS) EN EL CENTRO-OESTE**

First opened in January, the new Distribution Center in Goiania (GO) has 12,000 m<sup>2</sup> of warehouse facilities, 3,000 m<sup>2</sup> of offices, and 10,000 m<sup>2</sup> of environmental preservation areas. Strategically located in the center of the country, this unit features: natural light in the warehouse and offices, low-consumption LED lighting systems, a complete structure for harvesting and reusing rain water, a yard for maneuvering lorries, and parking lots for clients and staff. Focusing on optimizing and providing services, the new additions will be able to offer a more complete mix of products and provide speedy service to clients in the states of Goias, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Rondonia, Acre, Tocantins, and the Federal District.

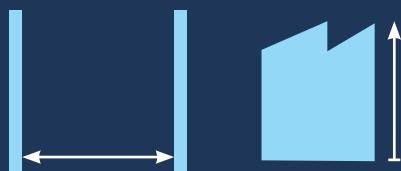
Inaugurado en enero, el nuevo Centro de Distribución de Goiania, Goiás, cuenta con 12 mil m<sup>2</sup> de almacén, 3 mil m<sup>2</sup> de oficinas y 10 mil m<sup>2</sup> de área de preservación ambiental. Estratégicamente ubicada en el centro del país, esta unidad tiene iluminación natural en el almacén y en las oficinas, sistema de iluminación con LED de bajo consumo, estructura completa de recogida y reutilización de aguas pluviales, patio de maniobra de camiones y aparcamiento para clientes y empleados. Con foco en la optimización y prestación de servicios, la nueva estructura podrá atender con un mix de productos más completo y con mayor velocidad a los clientes de los estados de Goiás, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Rondônia, Acre, Tocantins y Distrito Federal.



**AREA OF OPERATION:  
REGIÓN DE ACTUACIÓN:**  
GO, MT, MS, RO, AC, TO and/y DF

**CONSTRUCTION DETAILS:  
DATOS DE LA CONSTRUCCIÓN:**

**12.000 m<sup>2</sup>**  
**WAREHOUSE / ALMACÉN**



22-meter gaps  
between pillars

Espacios de 22 m  
entre pilares

14 m  
height

14 m de  
altura libre



12 docks for  
receiving and  
shipping

12 plataformas  
para recepción y  
expedición



Air change and  
renewal system

Sistema de cambio y  
renovación de aire



Natural lighting  
(warehouse and offices)

Illuminación natural  
(almacén y oficinas)



Low-consumption  
LED lights

Luces LED de bajo  
consumo



Roofing with thermal  
acoustic insulated tiles  
(sandwich)

Cerramiento de tejas  
sistema termoacústico  
sándwich



Rainwater infiltration  
cisterns in order to return  
it to groundwater table

Pozos de infiltración  
de agua pluvial para  
devolución a la capa  
freática



Rain  
water  
harvesting

Reutilización del  
agua de lluvia

Total land area / Área total del terreno: **52,000 m<sup>2</sup>**  
Preservation area / Área de preservación: **10,000 m<sup>2</sup>**

**BUILT-UP AREA  
ÁREAS CONSTRUIDAS:**

3,000 m<sup>2</sup> of offices / de oficinas

6,000 m<sup>2</sup> of maneuvering yard / de patio de maniobras

3,200 m<sup>2</sup> of paved parking lots (extension)

de aparcamiento pavimentado (ampliación)



NEW  
**TRAMONTINA**  
**ELETRIK** PAVILLION

NUEVO PABELLÓN  
EN TRAMONTINA  
ELETRIK



TECH  
NOLO  
GY





**W**ith over 12,200 m<sup>2</sup>, Tramontina Eletrik's new industrial pavilion puts the company's concern with the environment and people's wellness into practice. The facilities designed to value natural resources include the construction of a cistern to harvest rainwater and prismatic diffuser sheets that distribute natural light in an uniform manner. An automated natural ventilation system maintains the temperature at a comfortable level. The wooden floor, green area, and paint in vibrant colors complement the project – everything designed to create the best work environment for the staff.

**C**on más de 12,2 mil m<sup>2</sup>, el nuevo pabellón industrial de Tramontina Eletrik traduce en la práctica la preocupación de la empresa por el medioambiente y el bienestar de las personas. Entre las estructuras pensadas para valorar los recursos naturales está la construcción de una cisterna para utilización del agua de lluvia, además de placas prismáticas que distribuyen la iluminación natural de forma uniforme. Un sistema automatizado de ventilación natural mantiene la comodidad térmica. El proyecto contempla piso de madera, área verde y la pintura de colores alegres – todo pensado para crear el mejor ambiente de trabajo para los empleados.



## IN FAVOR OF DURABILITY

### TECNOLOGÍA A FAVOR DE LA DURABILIDAD



**O**ne important feature of Tramontina products is the high resistance to damage caused by sun exposure. This is why Tramontina Eletrik now has the equipment to test and compare the performance of varied materials against oxidation caused by UV rays. The machine can evaluate up to 48 varieties at the same time and assesses very specific types of damage, such as that caused by humidity or sunlight through glass. All of this ensures the durability of our products.

**U**na característica importante de los productos de Tramontina es la resistencia al desgaste causado por la exposición al sol. Es por eso que Tramontina Eletrik cuenta, ahora, con un equipo que prueba y compara el desempeño de diferentes materiales contra la oxidación causada por los rayos ultravioletas. La máquina puede evaluar hasta 48 variedades de materiales al mismo tiempo y contempla hasta desgastes bien específicos, como aquellos causados por la humedad o por la luz solar a través de un vidrio. Todo para garantizar la mayor durabilidad de los productos.

# NEW SERVING SETS FACTORY

NUEVA FÁBRICA DE VAJILLA

**N**ow, Tramontina Farroupilha's serving sets factory has a proper building. The equipment used in the manufacturing of these products has been relocated to the old cookware factory, which was renovated and now has 10,400 m<sup>2</sup> with excellent natural light, low-consumption LED lights, rainwater harvesting for reuse, and the layout of equipment was adapted to cater to the new manufacturing processes.

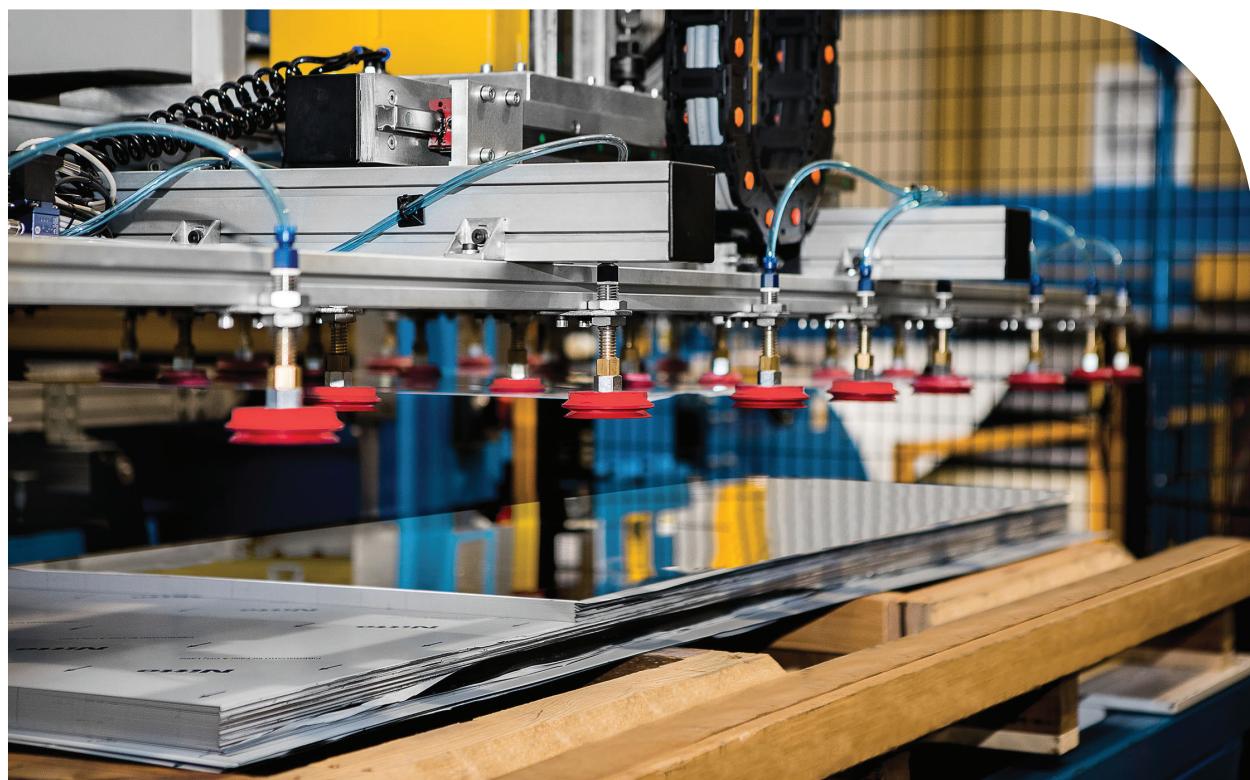
**A**hora, la fábrica de vajilla de Tramontina Farroupilha tiene un edificio específico. Los equipos utilizados en la fabricación de esos productos se ubicaron en un edificio de la antigua fábrica de ollas, que pasó por una reforma y ahora cuenta con 10,4 mil m<sup>2</sup> con excelente iluminación natural, luces LED de bajo consumo, captación del agua de lluvia para reutilización y el layout de los equipos se adaptó para atender a los nuevos procesos de fabricación.





## IMPROVEMENTS TO THE BLANKS CUTTING LINE

MEJORAS EN LA LÍNEA DE CORTE DE BLANKS



A new Stam-branded blanks cutting line was adopted to feed the warehouse of sheets used in the manufacturing of professional kitchens at the Farroupilha unit. The machine was installed to feed the equipment with flat worktops, since it has a feature to straighten the sheets much more quickly and precisely than the other cutting lines. The new resource will also meet the needs of other product lines that need strap cuts.

Una nueva línea de corte de blanks de la marca Stam se adoptó para alimentar el almacén de chapas utilizadas en la producción de las cocinas profesionales de la unidad de Farroupilha. La máquina vino para abastecer a los equipos con tablas planas, ya que cuenta con un recurso que endereza las chapas de forma muy rápida y precisa que las demás líneas de corte. El nuevo recurso va a atender la demanda de otras líneas de productos que necesitan cortes de tiras.

# HIGH-PRECISION MACHINING

PROCESAMIENTO DE ALTA PRECISIÓN

To increase the machining capacity of medium- and large-scale pieces, Tramontina Garibaldi's mechanical sector acquired the portal machine Mazak FJV 60/80. This state-of-the-art equipment allows large molds, such as those used in the plastic boxes lines, machine pieces and casings, to be machined at Tramontina's own mechanical sector. This expedites manufacturing. With a load capacity of 4 tons, the machine adds accuracy and quality to machining thanks to its high precision, up to 0.0001mm.

Para aumentar la capacidad de procesamiento de las piezas de mediano y gran porte, el sector de mecánica de Tramontina Garibaldi adquirió la máquina portal Mazak FJV 60/80. Este equipo de última generación permite que grandes moldes, como los que se utilizan en las líneas de cajas plásticas, piezas y armazones de máquinas, se procesen en la mecánica propia de Tramontina. De esta forma, la fabricación es mucho más rápida. Con capacidad de 4 toneladas de carga, la máquina agrega exactitud y calidad al procesamiento gracias a la alta precisión, que llega a 0,0001 mm.



## NEW ACHIEVEMENT

Insulated hand tools compliant with 10 RN are 100% certified at Tramontina Garibaldi's CIPeD. The 10 RN aims at keeping facilities and services working safely electrically speaking, establishing procedures to ensure health and safety regulations in these jobs. To that effect, it determines the compulsory use of insulated hand tools. To meet the needs of the market with quality and speed, the factory obtained a recognition of achievement of technical competence in the Electric Insulation Laboratory at the Center for Innovation, Research, and Development (CIPeD) in 2010, according to standard NBR ISO/IEC 17025, to conduct the 10,000-volt dielectric test on the entire line of insulated tools, according to the international standard IEC 60900. At the end of 2016, the unit extended this recognition to the standard ABNT NBR 9699 under the Rio Grande do Sul Metrological Network. Now tools are tested and certified more quickly, within the company, and the insulation certificate is available to download from Tramontina PRO's website.

Las herramientas manuales aisladas exigidas por la NR 10 están totalmente certificadas en el CIPeD de Tramontina Garibaldi. La NR 10 tiene como objetivo la seguridad de las instalaciones y servicios de electricidad, estableciendo procedimientos para garantizar seguridad y salud en esos trabajos. Para eso, determina la obligatoriedad del uso de herramientas manuales aisladas. Para atender a la necesidad del mercado con calidad y rapidez, en el 2010, la fábrica obtuvo el reconocimiento de competencia técnica en el Laboratorio de Aislamiento Eléctrico del Centro de Innovación, Investigación y Desarrollo (CIPeD), de acuerdo a la norma NBR ISO/IEC 17025 para la realización del test dieléctrico de 10.000 volts de toda la línea de herramientas aisladas, de acuerdo a la norma internacional IEC 60900. Al final del 2016, amplió ese reconocimiento para la norma ABNT NBR 9699 ante la Red Metrológica de Rio Grande do Sul. Ahora, las herramientas se someten a tests y se certifican con más rapidez, dentro de la empresa, y el certificado de aislación queda disponible para descarga en el sitio de Tramontina PRO.





## FOR **INSULATED TOOLS**

NUEVO RECONOCIMIENTO PARA LAS HERRAMIENTAS AISLADAS



# RIGOROUS TESTING OF RANGE HOODS

TESTS RIGUROSOS PARA CAMPANAS



To ensure consumers' satisfaction, Tramontina TEEC is adamant on testing its range hoods' performance. To achieve that, the unit can count on the work of the professionals at the Center for Innovation, Research, and Development (CIPeD), especially at two labs – the Flow Lab and the Range Hood Efficiency and Filtering Lab. The former measures the range hood's flow performance according to international standards, and the latter assesses the product's efficiency on eliminating odors and absorption of grease.

*P*ara garantizar la satisfacción del consumidor, Tramontina TEEC no deja de someter a prueba el desempeño de sus campanas. Para eso, cuenta con el trabajo de los profesionales del Centro de Innovación, Investigación y Desarrollo (CIPeD), especialmente en dos laboratorios – el de caudal y el de eficiencia y filtrado en campanas. El primero mide el desempeño del caudal de la campana de acuerdo a normas internacionales, mientras que el segundo evalúa la eficiencia del producto en la eliminación de olores y absorción de grasa.





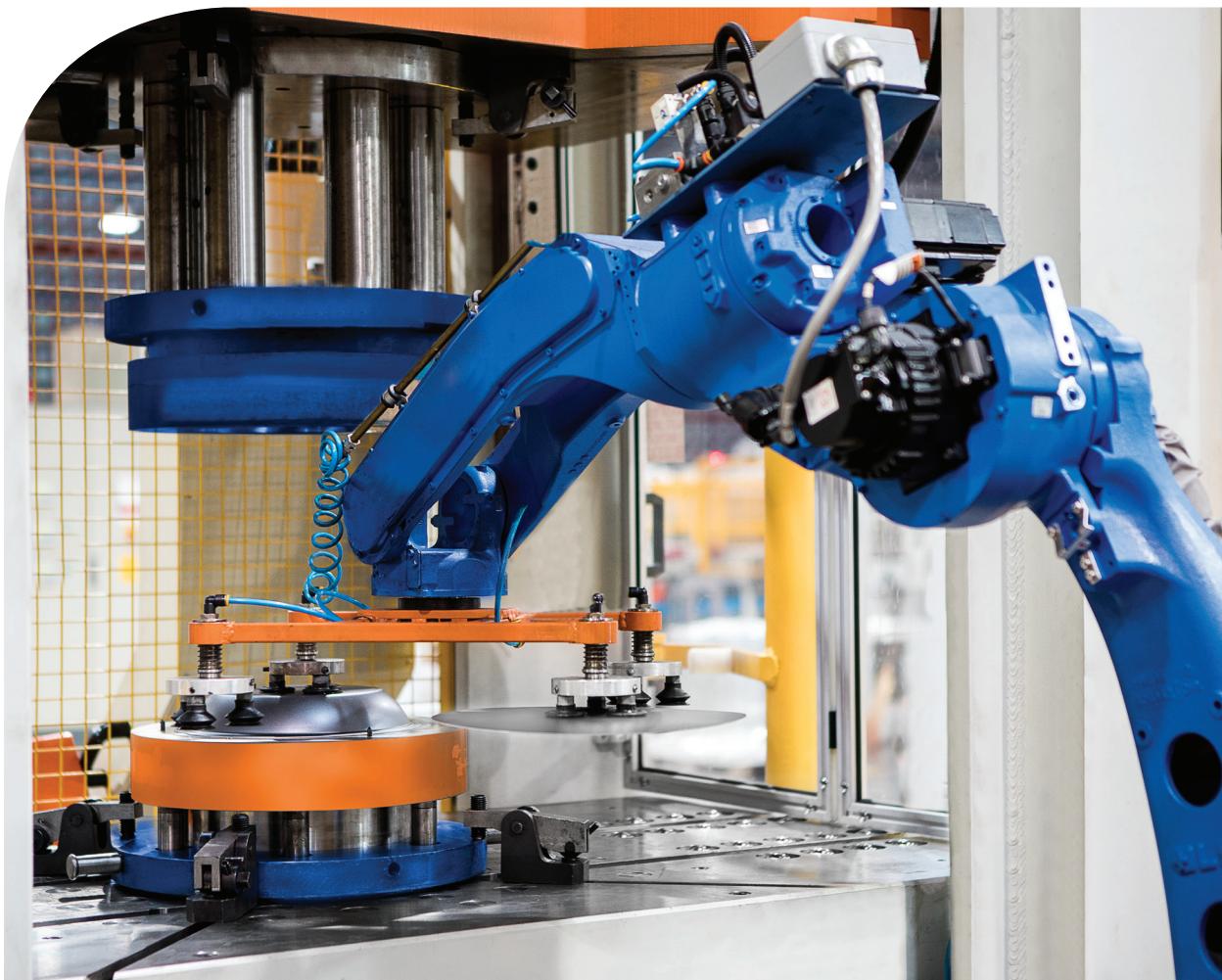
# ELECTRIC PRESS:

MORE PRODUCTIVITY AND LESS ENVIRONMENTAL IMPACT

**PRENSA ELÉCTRICA: MÁS PRODUCTIVIDAD Y MENOS IMPACTO AMBIENTAL**

Promoting innovation aimed at increasing productivity while finding solutions that have a low environmental impact is a permanent commitment for Tramontina. This is why the company has invested in building a new electric press at the Cutelaria unit. The hammer and cushion movements are driven by servomotors, which increases the precision of the positioning and the control of strength, making stamping much easier. The new equipment also makes it easy to adjust and regulate the press during exchanges, reducing the stop time. With a lower electric consumption thanks to its power regeneration capacity, this solution eliminates the need to discard oil, as it does not use hydraulic systems.

Promover la innovación con el objetivo de aumentar la productividad y encontrar soluciones de poco impacto ambiental es un compromiso permanente de Tramontina. Por eso, la empresa invirtió en la construcción de una nueva prensa eléctrica en la unidad Cutelaria. Los movimientos del martillo y del yunque son realizados por motores servo, lo que aumenta la precisión del posicionamiento y del control de fuerza, facilitando el estampado. El nuevo equipo también facilita el ajuste y regulado de la prensa durante los cambios, reduciendo los tiempos de parada. Con menor consumo de energía eléctrica, gracias a la capacidad de regeneración de energía, la solución elimina el desecho de aceite, porque no utiliza sistemas hidráulicos.





# MORE TECHNOLOGY IN THE ASSEMBLY OF LIDS

## MÁS TECNOLOGÍA EN EL ARMADO DE TAPAS

Lids are fundamental for the safety and quality of pressure cookers. This is why the Vancouver pressure cookers are now produced in an entirely automated way. The line can produce up to 250 items per hour, assembling ten different components in a sequence of 12 distinct operations. The line also features a vision system, robots, an indexed transporter, and electronic screwdrivers and feeders, among other attributes.

Las tapas son fundamentales para la seguridad y la calidad de las ollas a presión. Por eso, las ollas de la línea Vancouver ahora se fabrican de forma totalmente automatizada. La línea es capaz de producir hasta 250 artículos por hora, montando diez componentes diferentes en una secuencia de 12 operaciones distintas y cuenta con sistema de visión, robots, transportador indexado, atornilladores electrónicos y alimentadores, entre otros atributos.



TRAMONTINA

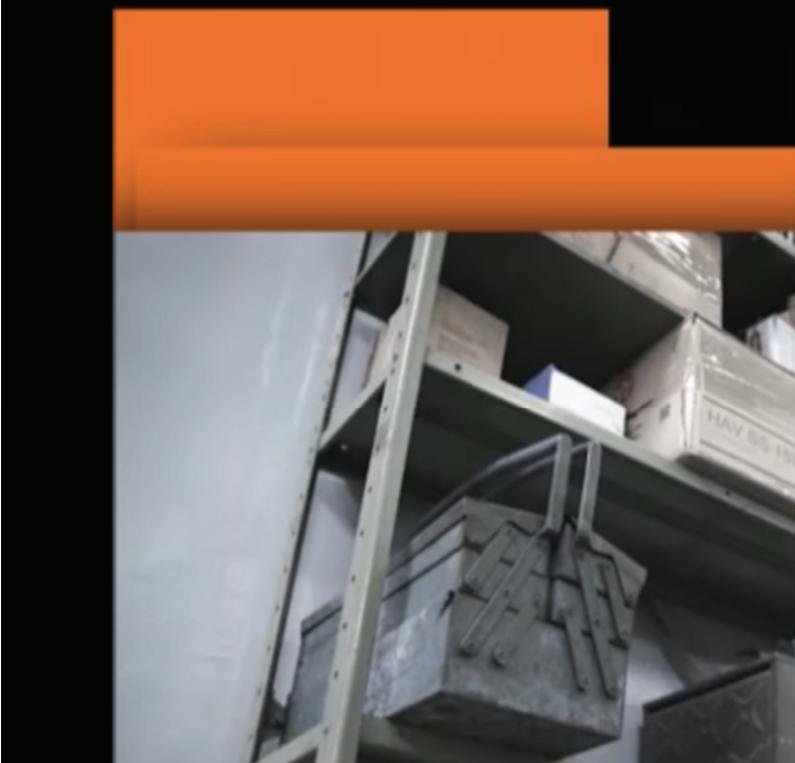
## AUTOMATED HANDLE VARNISHING

BARNIZADO DE MANGOS AUTOMATIZADO



Tramontina Multi now features an automated system to varnish wooden handles in its tools lines. The products gain a high-quality finish and, consequently, do even more beautifully well at points of sale. In addition to increased productivity, the automation of this process reduces manufacturing costs since the varnish can be reused, which also avoids residue and fumes in the work environment.

Ahora, Tramontina Multi cuenta con un sistema automatizado para barnizar los mangos de madera de sus líneas de herramientas. Los productos ganan calidad de terminación y, en consecuencia, se lucen todavía más en los puntos de venta. Además de aumentar la productividad, la automatización de ese proceso reduce los costos de fabricación, ya que el barniz se reaprovecha y además evita residuos y olores en el ambiente de trabajo.



# A COM MIT MENT

TO BE  
PRESENT

**COMPROMISO DE ESTAR PRESENTE**

FOR TRAMONTINA, NOT ONLY DO MARKETING CAMPAIGNS AND ACTIONS SERVE TO PROMOTE THE ATTRIBUTES OF A CENTURY-OLD BRAND, BUT THEY ALSO INITIATE A DIALOGUE WITHIN THE MARKET AND SHOW CONSUMERS NEW WAYS OF DOING BEAUTIFULLY WELL. THE COMMITMENT: TO BE PRESENT IN PEOPLE'S LIVES – IRRESPECTIVE OF THE SEGMENT OR OCCASION.

PARA TRAMONTINA, LAS CAMPAÑAS Y ACCIONES DE MARKETING SIRVEN NO SOLAMENTE PARA PROMOVER LOS ATRIBUTOS DE UNA MARCA CENTENARIA, SINO TAMBIÉN PARA DIALOGAR CON EL MERCADO Y MOSTRARLE AL CONSUMIDOR NUEVAS MANERAS DE HACER BIEN LAS COSAS. EL COMPROMISO: ESTAR PRESENTE EN LA VIDA DE LAS PERSONAS – SEA CUAL SEA EL SEGMENTO O LA OCASIÓN.



# TRAMONTINA PRO

## IN "AUTO ESPORTE"

**TRAMONTINA PRO EN "AUTO ESPORTE"**



**T**ramontina was present on Rede Globo's Auto Esporte TV show, with three actions specially planned to promote the Tramontina PRO modular organizers. In addition to talking to car, motorbike, and truck fans, the actions showed that Tramontina also features a complete line of tools for mechanics and professionals in this segment.

**T**ramontina estuvo presente en el programa Auto Esporte, de la red de televisión Rede Globo, con tres acciones especialmente planificadas para promover los organizadores modulares de la línea Tramontina PRO. Además de dialogar con los fanáticos de carros, motos y camiones, las acciones sirvieron para mostrar que Tramontina también cuenta con una línea completa de herramientas para mecánicos y profesionales del ramo.



MEETINGS WITH

# FÁTIMA BERNARDES

ENCUENTROS CON FÁTIMA BERNARDES

**T**ramontina was also on Rede Globo's TV show "Encontro com Fátima Bernardes" (Meeting with Fátima Bernardes). There were eight actions specially created to show the diversity of the brand's products for opportunities such as Mother's Day, Father's Day, Decorating Tips, Ideas to Receive Friends at Home, and Wedding Registry Ideas.

**T**ramontina también estuvo en el programa "Encontro com Fátima Bernardes" (Encuentros con Fátima Bernardes), de la red de televisión Rede Globo. Fueron ocho acciones creadas especialmente para mostrar la diversidad de los productos de la marca – en oportunidades como el día de las madres, día de los padres, consejos de decoración, consejos para recibir amigos en casa y sugerencias de lista de novias.



TRAMONTINA IN

# "CALDEIRÃO DO HUCK"

**TRAMONTINA EN "CALDEIRÃO DO HUCK"**

Tramontina was the star of some of the most watched skits on the TV show "Caldeirão do Huck", on "Rede Globo de Televisão". There were 10 campaigns throughout the year highlighting the brand during attractions such as "Lar Doce Lar" (Home Sweet Home), "Boas Ações" (Goodwill), "Felizes para Sempre" (Happily Ever After), "Mandando Bem" (Smashing It), and "Um Por Todos, Todos por Um" (One for All, All for One). In addition to the performance on TV, this partnership extended to the Gshow website with articles about Tramontina's campaigns. It was, "Crazy, crazy, crazy!" (an expression used by Luciano Huck, show host).

Tramontina fue la estrella de algunos de los cuadros de mayor audiencia del programa "Caldeirão do Huck", de la red de televisión Rede Globo. Fueron 10 acciones a lo largo del año, poniendo la marca en evidencia durante atracciones como "Lar Doce Lar", "Boas Ações", "Felizes para Sempre", "Mandando Bem" y "Um por Todos, Todos por Um". Además de las apariciones en la TV, también se publicaron reportajes sobre las acciones de Tramontina en el portal de internet Gshow. ¡Fue "locura, locura, locura"! (expresión de Luciano Huck, presentador del programa).



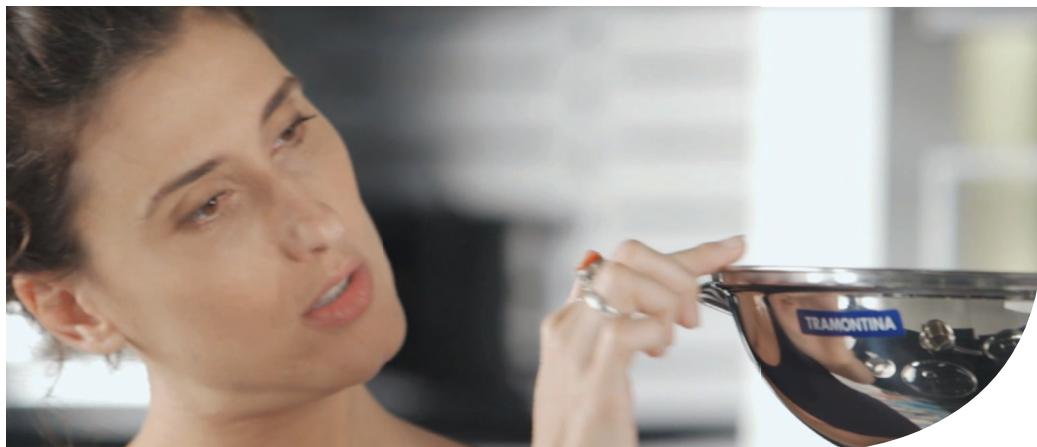


# DOUBLE BILL AT MASTERCHEF

DOSIS DOBLE EN MASTERCHEF

Once more, Tramontina was part of the recipe of the most popular gastronomy reality show in Brazil. The highlights were the stainless steel pans, Century knives, cutting boards, ovens, and cooktops, as well as Tramontina by Breville portable appliances that shone on MasterChef and on the 2<sup>nd</sup> edition of MasterChef Professionals on Rede Bandeirantes television channel, a competition for professional chefs only. This sponsorship yielded vignettes, call-outs, product placement, and special challenges. The winner of the show received a kit of products. For Tramontina, it is very important to promote, support, and appreciate gastronomy.

Una vez más, Tramontina entró en la receta de éxito del más comentado reality show de gastronomía de Brasil. Los destacados: las ollas de acero inoxidable, los cuchillos Century, tablas, hornos y cooktops – además de los electroportátiles de la línea Tramontina by Breville, que brillaron en el MasterChef y en la 2<sup>a</sup> edición del MasterChef Profesionales, de la red de televisión Rede Bandeirantes, disputa exclusiva para chefs profesionales. El patrocinio rindió viñetas, llamadas, exposiciones de productos y pruebas especiales. El ganador del programa recibió un kit de productos. Para Tramontina es muy importante promover, prestigiar y apreciar la gastronomía.



## DIGITAL INGREDIENTS INGREDIENTES DIGITALES

The winning recipe of Tramontina on MasterChef also had digital ingredients. The products of the brand, for example, stood out on the show's recipes webpage. For gastronomy lovers, the main attraction was "Receita Tramontina": together, the network and Tramontina chose the best recipe among those submitted by MasterChef fans. The winner received a kit with Tramontina products.

La receta ganadora de Tramontina en el MasterChef también contó con ingredientes digitales. Los productos de la marca, por ejemplo, ganaron un espacio destacado en la página de recetas del programa. Para los amantes de la gastronomía, la atracción fue la Receta Tramontina: juntas, la emisora y Tramontina eligieron la mejor receta entre las que los seguidores del MasterChef enviaron. La ganadora recibió un kit de productos de la marca.





## A CHEF'S KITCHEN:

CONSUMERS CAN ALSO HAVE ONE

**COCINA DE CHEF: EL CONSUMIDOR TAMBIÉN PUEDE TENER UNA**

"When buying a Tramontina stainless steel pan, enter your voucher number on the website to be entered in a prize draw of 100 products in Jacquin's kitchen." This was the slogan of the "Chef's Kitchen Prize Draw", which impacted millions of people in Brazil. Focused on consumers of both genders between the ages of 25 and 49 and from all social classes, the prize draw raffled off 20 kits with 100 products each. The publicity was focused on digital media, mainly YouTube, Facebook, Instagram, and Google. In addition, sets with Point of Sale (POS) items were distributed to influence consumers at the time of purchasing.

*"Con la compra de una olla de acero inoxidable Tramontina, registre el cupón en el sitio y participe en el sorteo de 100 productos de la cocina de Jacquin". Esa fue la consigna de la "Promoción Cocina de Chef" que impactó a millones de personas en Brasil. Enfocada en consumidores de ambos géneros, de entre 25 y 49 años, de las clases A, B y C, la promoción sorteó 20 kits de 100 productos cada uno. La divulgación se concentró en los medios digitales, principalmente en YouTube, Facebook, Instagram y Google. Además, se distribuyeron juegos de piezas de puntos de venta (PDV) para impactar a los consumidores en el momento de la compra.*





# TRADE MARKETING:

## INCREASINGLY CLOSE TO CLIENTS

### TRADE MARKETING: CADA VEZ MÁS CERCA DEL CLIENTE



Tramontina now offers a trade marketing structure 100% dedicated to seeking solutions that help clients sell more. Across all the Distribution Centers (DCs), the company counts on trade managers whose mission is to support the sales area by meeting all needs and particularities of each POS where Tramontina is present. The project provides a series of services that help maximize the clients' results, such as a promotional calendar with the main dates for retail, monitoring, guidance and training for the field staff, development of furniture, and visual merchandising material for the POS, among others. In addition, the company created a team of chefs for live marketing campaigns. In events held at the POS all over Brazil, they present the brand in a dynamic way, providing a more engaging experience with Tramontina's main products.

Ahora, Tramontina ofrece una estructura de trade marketing 100% dedicada a buscar soluciones que ayuden el cliente a vender más. En todos los Centros de Distribución (CDs), la empresa cuenta con gestores de trade, cuya misión es apoyar al área comercial, atendiendo a todas las necesidades y peculiaridades de cada punto de venta en el que Tramontina está presente. El proyecto presta una serie de servicios que ayudan a maximizar los resultados del cliente, tales como calendario promocional con las principales fechas del comercio, acompañamiento, orientación y entrenamiento del equipo de campo, desarrollo de mobiliario y materiales visuales merchandising para el punto de venta, entre otros. Además, la empresa creó un equipo de Chefs de Cocina para acciones de live marketing. En eventos realizados en los propios puntos de venta en todo Brasil, se presenta la marca de una forma dinámica, proporcionando una experiencia más envolvente con los principales productos de Tramontina.

### MAIN OBJECTIVES OF TRADE MARKETING PRINCIPALES OBJETIVOS DEL TRADE MARKETING

Creating adequate materials for each POS profile.

Crear materiales adecuados para cada perfil de punto de venta.

Improving positioning of the brand and products in retail.

Mejorar el posicionamiento de la marca y de los productos en el comercio minorista.

Planning sales channels and key accounts.

Planear canales de venta y clientes claves (key accounts).

Ensuring the brand is active with end consumers.

Garantizar la actuación de la marca ante los consumidores finales.

**RECEBA AS VISITAS EM UM LUGAR INCRÍVEL: A SUA COZINHA NOVA.**

**TRAMONTINA**

O prazer de fazer bonito.





## THE TRIUMPHANT RETURN OF THE BARBECUE MASTER

### EL RETORNO TRIUNFAL DEL MAESTRO ASADOR

The character that won over Brazil due to his skill with the spits was the protagonist of the "Respect for Barbecue" campaign. Clever and funny, the Barbecue Master ran true 'churrasco' masterclasses on TV, on the internet, and selected magazines. On TV, the campaign reached over 13 million spectators with a 30-second film broadcast on the main cable channels in the country and on RBS TV in Rio Grande do Sul. The highlight was a special barbecue campaign on the most successful show on Brazilian TV on Saturdays: "Caldeirão do Huck". On the internet, the campaign invested in producing exclusive and innovative content present on channels such as Exame, Veja, ESPN, Google, Facebook, Instagram, and YouTube. The "Churrasco" Master was made into a comic book character and shared exclusive tips with those who wished to perfect the art of roasting meat, impacting over 21.8 million people. The content was concentrated on Tramontina's website and promoted on these channels close to the campaign's target audience – men of all social classes, aged 25 or over, interested in sports, news, and entertainment. In addition to a complete POS materials kit, the campaign took the Churrasco Master's tips to the pages of the "Caras", "Contigo", and "Ana Maria" magazines, always with a language mixing wisdom with humor.

El personaje que conquistó Brasil por la sabiduría con los pinchos fue el protagonista de la campaña "Respeto por el Asado". Con astucia y buen humor, el Maestro Asador dio verdaderas clases de asado en la televisión, en Internet y en revistas seleccionadas. En la TV, la campaña llegó a más de 13 millones de espectadores, con una película de 30 segundos distribuida por los principales canales de cable del país y en la RBS TV, de Rio Grande do Sul. La destacada fue una acción especial de asado en el programa de mayor éxito de la TV brasileña de los sábados: el "Caldeirão do Huck". En Internet, la campaña apostó en la producción de contenido exclusivo e innovador, marcando presencia en canales como Exame, Veja, ESPN, Google, Facebook, Instagram y YouTube. El Maestro Asador se transformó en tira cómica y llevó consejos exclusivos para los que deseaban perfeccionar el arte de asar, impactando a más de 21,8 millones de personas. El contenido se concentró en el sitio de Tramontina y se divulgó en esos canales con afinidad al público principal de la campaña – o sea, hombres de las clases A, B y C, de 25 años o más, interesados en deportes, noticias y entretenimiento. Además de un juego completo de materiales de punto de venta, la campaña llevó los consejos del Maestro Asador a las páginas de las revistas "Caras", "Contigo" y "Ana María", siempre con un lenguaje que mezclaba sabiduría y buen humor.

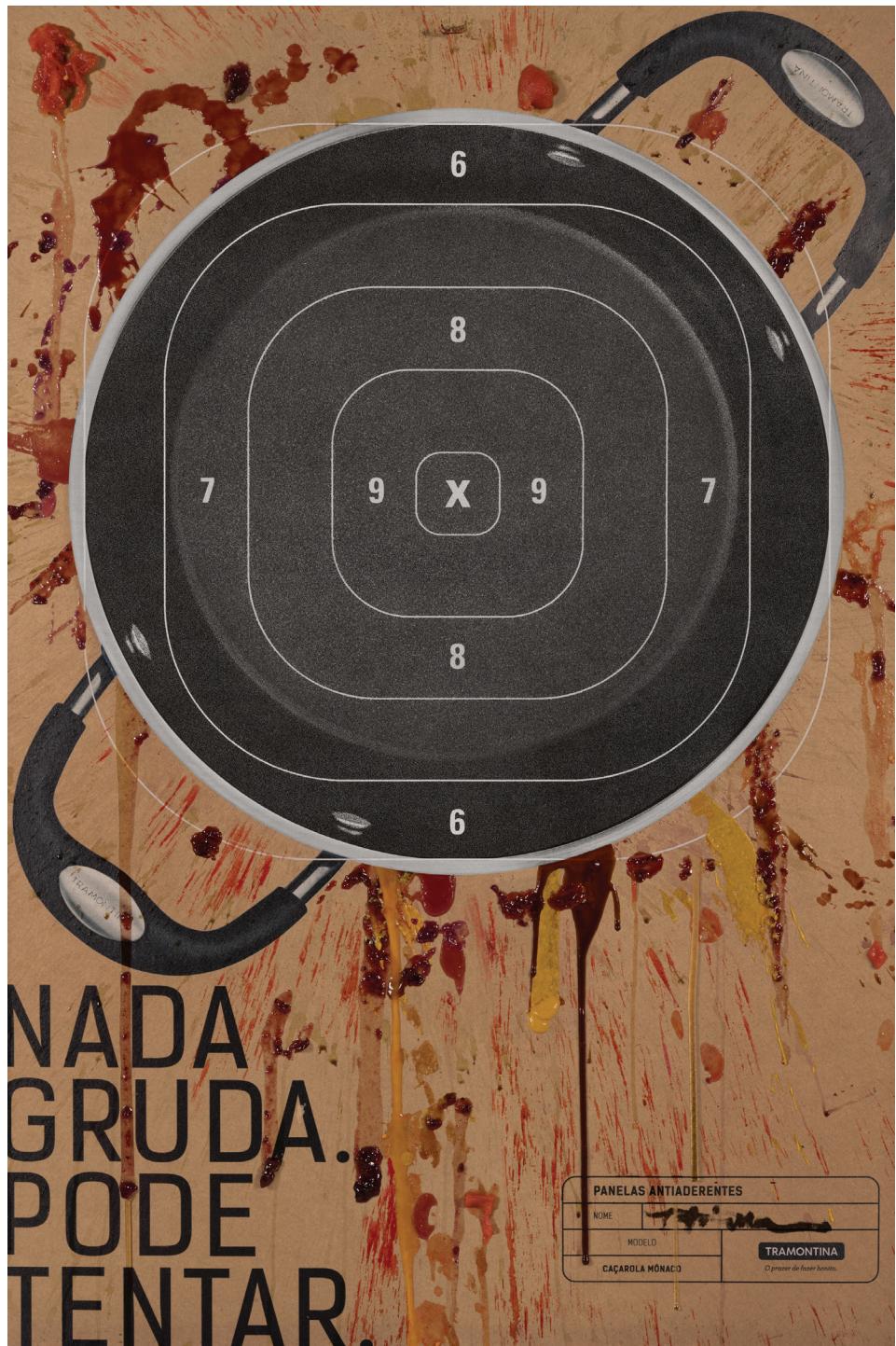


### RESPECT FOR BARBECUE WINS AWARD IN COLOMBIA AND IN BRAZIL RESPETO POR EL ASADO GANA PREMIO EN COLOMBIA Y BRASIL

Once more, the barbecue theme brought important achievements for Tramontina. The "Respect for Barbecue" campaign won gold in the "Maintenance and home accessories" category at the Effie Awards Latin America in Cartagena, Colombia. In October, it won bronze in the "General/Other products" category at the Effie Awards Brazil, held in the city of São Paulo. Over 40 years old and present in more than 40 countries, the Effie Worldwide is the only international accolade that recognizes great ideas achieving real and tangible results.

Una vez más, el tema asado le trajo conquistas importantes a Tramontina. La campaña "Respeto por el Asado" conquistó el Oro en la categoría "Mantenimiento y accesorios para el hogar" en el Latin America Effie Awards en Cartagena, Colombia. En octubre fue el momento de conquistar el Bronce en la categoría "Generales - Otros productos" del Effie Awards Brasil, evento realizado en la ciudad de São Paulo. Con más de 40 años y presente en más de 40 países, el Effie Worldwide es la única premiación internacional que consagra las grandes ideas que alcanzan resultados reales y tangibles.



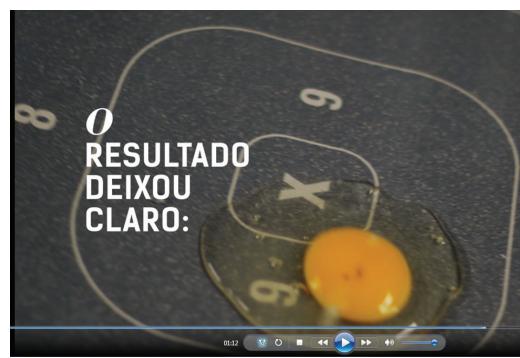


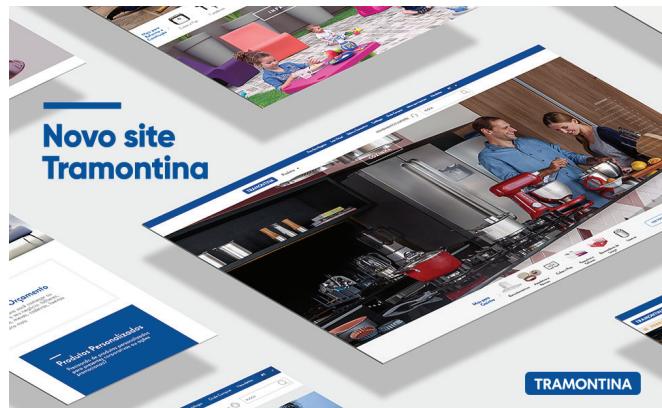
# NON-STICK HITS THE BULLSEYE

**ANTIADHERENTE  
EN EL BLANCO**

How about learning about the benefits of the Starflon non-stick material with the exclusive T technology in a fun and creative way? This was the goal of the "Non-Stick Poster" campaign. In an exclusive shooting stand, consumers and personalities tested the non-stick material by shooting special ammo onto it: sauces, eggs, tomatoes, mustard, and other ingredients that were past their expiration date. The targets were posters of non-stick pans: the food hit the coated area and ran down it, forming true artworks that were photographed, signed by the participants, and framed at the T stores. In addition to consumers, the campaign also invited food bloggers Tati Romano, Sandra Matarazzo, and Luanda Gazoni, and athlete Felipe Wu, Olympic shooting medalist. The video was broadcast on media such as Google, YouTube, and Facebook.

Qué tal conocer las ventajas del antiadherente Starflon con la exclusiva tecnología T de forma creativa y divertida? Esa fue la propuesta de la acción "El póster antiadherente". En un stand de tiro al blanco exclusivo, consumidores y personalidades probaron el antiadherente con disparos de municiones especiales: salsas, huevos, tomates, mostazas y otros ingredientes con plazo de validez vencido. Los blancos eran pósters de ollas con antiadherente: los alimentos explotaban y escurrían alrededor del área revestida, formando verdaderas obras de arte que eran fotografiadas, firmadas por los participantes y enmarcadas en las tiendas T store. Además de consumidores, la acción reunió a las blogueras Tati Romano, Sandra Matarazzo y Luanda Gazoni, especializadas en gastronomía y el atleta Felipe Wu, medalla olímpica de tiro al blanco. El video se divulgó en medios como Google, YouTube y Facebook.





REVAMP OF THE INSTITUTIONAL

# WEBSITE

REFORMULACIÓN EN EL SITIO INSTITUCIONAL

**W**ith the aim of offering more dynamic, interactive, and intuitive browsing, Tramontina's new institutional website is now live. The main changes are in the ease that users now have to find products and the engagement of consumers with the brand. New search filters, a new layout of products (now they can be seen in the rooms they belong to in the house), and a section to inspire and foster the users' creativity. Another new feature is the optimization of its use for mobile devices, adapting to any screen.

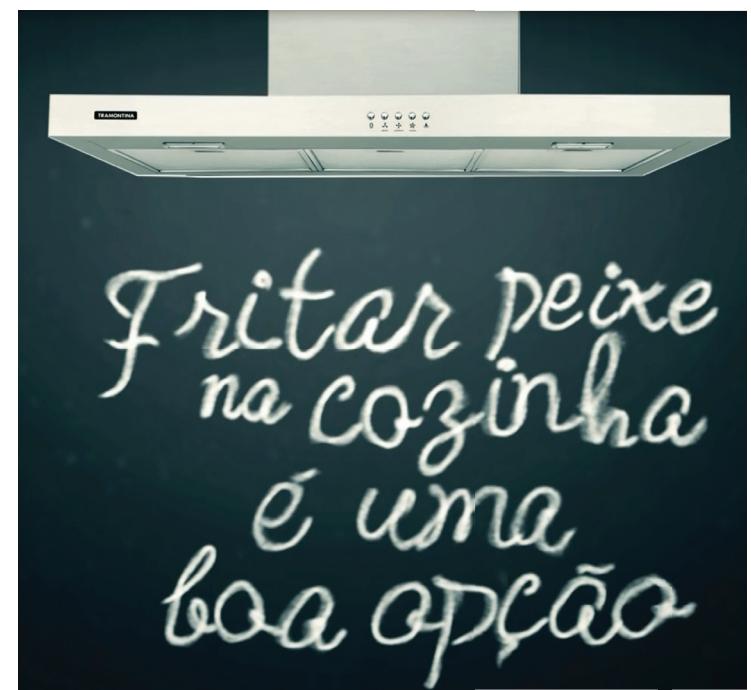
**C**on el objetivo de ofrecer más dinamismo, interactividad e intuitividad en la navegación, el nuevo sitio institucional de Tramontina ya está en el aire. Los principales cambios están en la facilidad que el usuario tendrá para encontrar los productos y en la experiencia del consumidor con la marca. Nuevos filtros de búsqueda, nueva disposición de los productos, que ahora están en las habitaciones correspondientes de una casa, y una sección para inspirar e investigar el lado creativo del usuario. Otra novedad es la optimización del uso para dispositivos móviles, adaptándose a cualquier pantalla.

## HIGHLIGHT FOR RANGE HOODS

CAMPANAS DESTACADAS

**A**good range hood is essential for those who wish to have improved performance in the kitchen. Tramontina invested in an extensive project to promote the national range hoods on digital media. In three videos with animated lettering and media on Google to promote the educational content attached to the product, the campaign showed that even the best recipes can leave grease and bad smells lingering in the house. Even still, consumers can prepare them without worry. The videos were broadcast on Tramontina's social networks and on the "Tips to do beautifully well" section of the brand's institutional website.

**U**na buena campaña es fundamental para quienes desean tener un mejor desempeño en la cocina. Eso fue en lo que Tramontina apostó en un amplio proyecto de divulgación de las campanas nacionales en los medios digitales. En tres videos con letterings animados, medios en Google para promover el contenido educacional del producto, la campaña mostró que hasta las mejores recetas pueden dejar grasa y mal olor en la casa. Y aún así, el consumidor puede prepararlas sin miedo. Los videos se publicaron en las redes sociales de Tramontina y en la sección "Dicas para fazer bonito" del portal institucional de la marca.



TRAMONTINA

# IT'S A FACT THAT #A TRAMON TINA TEM

**LO CIERTO ES QUE #ATRAMONTINATEM  
(#TRAMONTINAHASIT / #TRAMONTINALOTIENE)**

The #tramontinahasit campaign highlighted the diversity of Tramontina products in the digital environment and reinforced to consumers the idea that the brand has everything they need. To achieve that, the brand chose channels such as Facebook, Instagram, Google, content media, and email marketing to publicize this strategy. Each month has a new, creative, animated theme inserted in the pieces, showing the products used in daily situations by consumers.

**L**a campaña "Tramontina lo tiene" puso en evidencia en el ambiente digital la diversidad de productos Tramontina y le reforzó al consumidor que tiene todo lo que él precisa. Para eso, la marca eligió canales como Facebook, Instagram, Google, medios de contenido y email marketing para divulgar esa estrategia. Cada mes se introducía una temática nueva, creativa y animada en las piezas, mostrando los productos en situaciones cotidianas del consumidor.



## HAPPILY EVER AFTER

**FELICES PARA SIEMPRE**

The month of September marked the return of the Happily Ever After project, created to engage people interested in the wedding universe. With the Inspirations Guide, Tramontina shared special tips with those who insist on celebrating love. There were also ideas of products that help make the routine easier and more practical. The project counted on the participation of the two largest wedding blogs in the country – "Vida de Casada" (Married Life) and "Lápis de Noiva" (Bridal Pencil). The tips and ideas were also highlighted in publicity editorials and videos created especially for those who continue to celebrate the joy of the wedding beyond the ceremony.

**E**l mes de septiembre marcó el regreso del proyecto Felices para Siempre, creado para atraer a personas interesadas en el universo del casamiento. Con la Guía de Inspiraciones, Tramontina trajo consejos especiales para los que quieren celebrar el amor. También ofreció consejos de productos que ayudan a hacer que el día sea más práctico y fácil. El proyecto contó con la participación de los dos mayores blogs de casamiento del país – Vida de Casada y Lápis de Noiva (Lápiz de Novia). Los consejos e inspiraciones también ganaron espacio en publicaciones y videos creados especialmente para quienes viven el casamiento antes y después del altar.



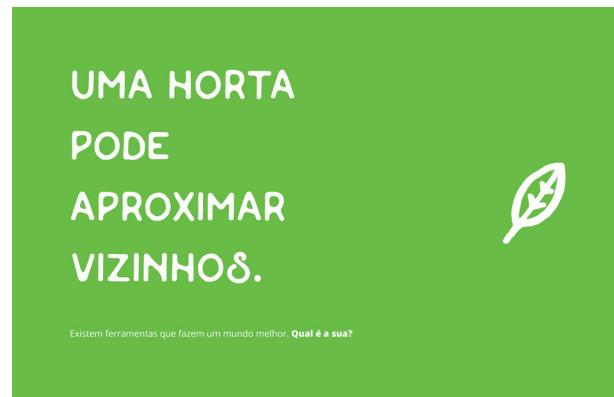
A POSITIVE IMPACT WITH THE PROJECT

# "TOOLS THAT MAKE"

**IMPACTO POSITIVO CON EL PROYECTO "FERRAMENTAS QUE FAZEM"  
(TOOLS THAT MAKE / HERRAMIENTAS QUE HACEN)**

Tramontina deeply believes in the power people have to change the world. Even more so when they have the right tools for the job. With support from the creative studio entitled Shoot the Shit, specialized in positive social impact, the company launched the "Ferramentas que Fazem" (Tools that Make) project with the aim of facilitating the creation of vegetable patches in public schools and social organizations in Porto Alegre, RS. All necessary tools, from garden shears to wheelbarrows, were supplied free of charge to the Raiz Urbana (Urban Root) collective in order to develop urban vegetable patches to cultivate organic food. A beautifully well done transformation in the city.

ramontina cree mucho en el poder de las personas que transforman el mundo. Más todavía cuando ella tiene las herramientas adecuadas para eso. Con el apoyo del estudio de creación Shoot the Shit, especializado en acciones de impacto social positivo, la empresa lanzó el proyecto "Ferramentas que Fazem" (Herramientas que Hacen), cuyo objetivo fue facilitar la creación de huertas en escuelas públicas e instituciones sociales de Porto Alegre, Rio Grande do Sul. Todas las herramientas necesarias, desde tijeras de podar hasta carretillas – se suministraron gratuitamente para que el colectivo Raiz Urbana (Raíz Urbana) desarrolle huertas urbanas para el cultivo de alimentos orgánicos. Una transformación que se lució en la ciudad.



# ADVERTISEMENTS

ANÚNCIOS QUE SE LUCEN

BEAUTIFULLY WELL DONE

**MOTHER'S DAY**  
To celebrate the date,  
there were advertisements in the "Ana  
Maria", "Caras",  
"Contigo", and "Maxima" magazines.

**DÍA DE LAS MADRES**  
Para celebrar la fecha,  
se publicaron anuncios  
en las revistas "Ana  
Maria", "Caras",  
"Contigo" y "Maxima".



*Presentes aprovados  
nos dois controles  
de qualidade mais  
exigentes do mundo:  
o nosso e o das mães.*

*A data mais especial do ano  
merece Tramontina.  
São produtos antitaderentes,  
talheres coloridos e muito mais.  
Tudo para ela fazer ainda  
mais bonito.*

**~ Dia das  
MÃES ~**

**TRAMONTINA**

O prazer de fazer bonito.



**VALE TUDO PARA  
USAR A LINHA  
BAKERY TRAMONTINA.**



LINHA BAKERY  
TRAMONTINA.  
TUDO QUE VOCÊ  
PRECISA PARA  
FAZER BONITO  
NA COZINHA.

**TRAMONTINA**

O prazer de fazer bonito.



**COZINHAS  
PROFISSIONAIS.**  
ALTO RENDIMENTO,  
ALTA DURABILIDADE  
E ALTA SEGURANÇA  
PARA O SEU NEGÓCIO.

As cozinhas profissionais Tramontina são fortes, duráveis, práticas, economizam energia e ajudam o seu negócio a fazer bonito sempre.

Acesse [tramontina.com/cozinhasprofissionais](http://tramontina.com/cozinhasprofissionais) e faça um orçamento.

**TRAMONTINA**

O prazer de fazer bonito.

**MÓVEIS  
ANATÔMICOS.**  
SE MOLDAM  
A QUALQUER  
TIPO DE  
NEGÓCIO.

Os móveis Tramontina são duráveis e têm um design moderno e elegante. Perfeitos para fazer bonito no seu restaurante, bar, hotel ou clube.

Entre em contato e solicite uma visita - Tramontina Nordeste: (71) 3215.8366  
Tramontina Recife: (81) 3128.5500 | Tramontina Norte: (91) 4009.7700  
Tramontina Centro-Oeste: (61) 3222.2300 | Tramontina Sudeste: (11) 3223.4056  
Tramontina Sul: (54) 344.17700 | Tramontina Curitiba: (41) 2111.9116  
Tramontina São Paulo: (11) 3079.0000 - ou acesse [tramontina.com/comercial](http://tramontina.com/comercial) e faça um orçamento.

**TRAMONTINA**

O prazer de fazer bonito.

## Segmented advertisements for professional kitchens

The Professional Kitchens line was highlighted in a series of advertisements in the "Food Service News", "Hotel News", "Food Magazine", and "Padaria 2000" publications, as well as a digital campaign on LinkedIn. The highlights were the Tramontina Professional Kitchens' quality and efficiency standards, with distinguishing features that improve the food service and hospitality experience.

## Anuncios segmentados para cocinas profesionales

La línea de Cocinas Profesionales ganó espacio en una serie de anuncios en las revistas "Food Service News", "Hotel News", "Food Magazine" y "Padaria 2000", además de una acción digital en LinkedIn. Como protagonistas, los estándares de calidad y eficiencia de las Cocinas Profesionales Tramontina, con diferenciales que mejoran la experiencia en el Food Service y en la hospitalidad.

## Piazza Furniture: for all types of business

Specially made for restaurants, bars, clubs, hotels, and other commercial spaces, the Piazza furniture items were the protagonists of advertisements in "Cozinha Profissional", "Food Service News", "Hotelaria", "Hotel News", "Hoteis" and "Veja São Paulo" magazines. These publications showcased the modern, versatile design of the line, which can be tailored to any type of business. The project also had campaigns on digital channels such as AECWeb and LinkedIn.

## Muebles Piazza: para todos los tipos de negocios

Hechos especialmente para restaurantes, bares, clubes, hoteles y otros ambientes empresariales, los muebles de la línea Piazza fueron protagonistas de los anuncios publicados en las revistas "Cozinha Profissional", "Food Service News", "Hotelaria", "Hotel News", "Hoteis" y "Veja São Paulo". Las publicaciones le dieron visibilidad al diseño moderno y versátil de la línea, que se amolda a cualquier tipo de negocio. El proyecto también contó con acciones en canales digitales, tales como el AECWeb y LinkedIn.

**A**DVERTISEMENTS IN MAGAZINES, NEWSPAPERS, AND OTHER PRINT MEDIA ARE A FUNDAMENTAL PART OF TRAMONTINA'S COMMUNICATION AND MARKETING STRATEGIES. EVERY YEAR, THE BRAND STANDS OUT IN THE PAGES OF PUBLICATIONS THAT REACH THE MOST DIVERSE SEGMENTS AND CONSUMER PROFILES. SEE THE HIGHLIGHTS IN THE FOLLOWING PAGES.

**L**OS ANUNCIOS EN REVISTAS, DIARIOS Y OTROS MEDIOS IMPRESOS SON PARTE FUNDAMENTAL DE LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN Y MARKETING DE LOS PRODUCTOS TRAMONTINA. TODOS LOS AÑOS, LA MARCA SE LUCE EN LAS PÁGINAS DE PUBLICACIONES QUE ALCANZAN LOS MÁS DIVERSOS SEGMENTOS Y PERFILES DE CONSUMIDORES. EN LAS PÁGINAS SIGUIENTES, VEA LAS QUE FUERON DESTAQUE:

#### PRESSURE COOKER

There were advertisements in the "Ana Maria", "Caras", "Contigo", and "Máxima" magazines.

#### OLLA A PRESIÓN

Los anuncios se publicaron en las revistas "Ana María", "Caras", "Contigo" y "Máxima".



#### MIX COLOR LINE

The advertisements valued the colors of the line in the "Ana Maria", "Caras", "Contigo", and "Máxima" magazines.

#### LÍNEA MIX COLOR

Los anuncios valoraron los colores de la línea en las revistas "Ana María", "Caras", "Contigo" y "Máxima".



**TRAMONTINA**  
O prazer de fazer bonito.

**Penta Inox Flat 50X 90 Safestop**

**SUA COZINHA COM UM DESIGN PREMIADO. ISSO SIM É FAZER BONITO.**

Cooktop Flat Tramontina, vencedor dos prêmios Brasil Design Award 2017 e IF Design Award 2017.

[tramontina.com/designcollection](http://tramontina.com/designcollection)

**TRAMONTINA**  
Design Collection

**And the 2017 IF Design Award goes to...**  
Tramontina's Flat cooktop was the favorite in a special series of advertisements in the "Casa Vogue" magazine. The focus was on the distinguishing features of a product that won the 2017 IF Design Award and 2017 Brasil Design Award, the most respected design awards in the world and in Brazil. Another advertisement shown in the "Casa e Jardim" and "Eletrolar News" magazines highlighted the partnership of the induction cooktop, now manufactured in Brazil, with Schott.

**Y el premio IF Design Award 2017 va para...**  
El cooktop Flat Tramontina fue la estrella de una serie especial de anuncios en la revista "Casa Vogue". En foco los diferenciales de un producto premiado con el If Design Award 2017 y Brasil Design Award 2017, el certamen de diseño más respetado del mundo y de Brasil. Otro anuncio publicado en las revistas "Casa e Jardim" y "Eletrolar News" destacó la cooperación entre el cooktop de inducción, ahora fabricado en Brasil, y Schott.

#### SE SEU CHURRASCO É UM SHOW, CAPRICHE NA APRESENTAÇÃO.

As tábuas Tramontina vêm com proteção antibacteriana. Fáceis de limpar e ideais para quem quer fazer bonito do preparo até a hora de servir.



**TRAMONTINA**  
O prazer de fazer bonito.

#### Serving beautifully well

The gourmet cutting boards stood out in the pages of "Veja São Paulo". The advertisements highlighted the diversity of models and options, showing that a good presentation when serving is fundamental to add that extra flavor to the barbecue.

#### Para lucirse al servir

Las tablas gourmet despuntaron en las páginas de "Veja São Paulo". Los anuncios destacaron la diversidad de modelos y opciones, mostrando que una buena presentación al servir es fundamental para darle aquel toque extra de sabor al asado.

# O jardim perfeito

Tecnologia pode reduzir custos de manutenção e ainda dar um ar moderno à sua propriedade

**N**ão importa o tamanho da propriedade, nem a sua finalidade, se é negócio ou lazer, manter as áreas de jardim ou gramado sempre em boas condições é fundamental para causar uma boa impressão aos visitantes e clientes. E todos nós sabemos: você só tem uma chance de causar uma primeira boa impressão! O "cartão de visitas" de uma propriedade rural está no cuidado com os detalhes. Se você não é cuidadoso com o que se pode ver, todos vão achar que também não é cuidadoso na sua produção, seja agrícola ou pecuária.

O Brasil é um país tropical onde, em sua maioria, o sol brilha intensamente o ano inteiro. Com a quantidade de água certa, o país se torna uma grande "estufa a céu aberto", isso é tudo o que a grama precisa para crescer forte.

Se a apresentação é importante para

dar confiança aos seus clientes e com isso fechar bons negócios, o produtor também precisa se atentar ao custo de manutenção. Afinal, de nada adianta vender bem, se a conta não fechar.

O custo com mão de obra é um dos grandes entraves do setor, e por isso é importante otimizar os trabalhos e fazer cada vez mais, com menos gente. Sendo assim, é comum que o produtor aproveite os funcionários que estão na lida diária para cuidar do paisagismo. Isso é bom! Mas precisa ser feito com inteligência.

São muitas as alternativas existentes no mercado quando o assunto é manutenção de gramados. Desde as roçadeiras costais até os modelos de cortadores manuais. Estas opções demandam menos investimento, mas em contrapartida requerem mais tempo do seu funcionário, além de dificuldades em manter a padronização e a qualidade do

corte. Sem falar aqui nas questões de segurança do trabalho.

Considerando todos estes fatores, é possível pensar em alternativas mais modernas e seguras, que embora demandem um investimento inicial maior, podem ter seu custo final dividido se considerado o rendimento no trabalho.

Uma das opções do mercado são os "tratores" cortadores de grama, onde o funcionário trabalha de maneira confortável e segura. Além de garantir maior qualidade no corte, também podemos considerar a boa impressão que o equipamento dará à sua propriedade, afinal, muitas vezes a manutenção é feita na frente de seus convidados e clientes.

A tecnologia existe e deve ser empregada no campo. Os resultados serão melhores e o trabalho ficará mais bonito. E, afinal, beleza é fundamental &

## Modelo da Tramontina é exemplo de tecnologia e desempenho

O cortador de grama dirigível Trotter é um dos modelos que se destacam nesse mercado, por ser projetado e construído no Brasil. O equipamento é seguro, econômico e eficiente. O espaço interno é amplo, possui banco estofado, ergonômico e com encosto alto, que proporciona conforto durante o trabalho. Além disso, protege o operador do sol, já que possui toldo, que reduz a temperatura interna.

O equipamento permite o corte de grandes áreas e limpeza simultânea, com o uso de um varredor/recolhedor. O motor a combustão, de 4 tempos, tem baixo consumo e é equipado com bomba de óleo, que permite o trabalho em terrenos inclinados. O sistema de partida é elétrico e a transmissão é automática. O baixo custo de manutenção também merece destaque.

O Trotter tem produtividade de até 9.000 m<sup>2</sup>/hora e sem a lâmina de corte pode ser usado como um veículo utilitário.

O equipamento pode ser financiado pelo BNDES ou FINAME. O design é moderno, ajudando a manter o visual do seu jardim mesmo durante os trabalhos.

### ACESSÓRIOS



**TRAMONTINA**

O prazer de fazer bonito.  
tramontina.com  
TEL: 0800 642 5565

## ON THE AGROBUSINESS MEDIA

EN LOS MEDIOS DE AGRONEGOCIOS

The distinguishing features of Tramontina's riding equipment were highlighted in the main agribusiness publications.

Los diferenciales de los equipos dirigibles de Tramontina ganaron espacio en las principales publicaciones de agronegocios.

**Aims:** to value the distinguishing features and to be present in the operations of the production chain, farming work, and sales.

**Objetivos:** valorizar los diferenciales y estar presente en las operaciones de la cadena productiva, del trabajo agropecuario e incluso de la comercialización.

**Specialized publications:** advertisements in the Gardening Insert in the "Paisagismo e Jardinagem" magazine and in the "Natureza" magazine.

**Publicaciones especializadas:** anuncios en la Guía de la Jardinería de la Revista "Paisagismo e Jardinagem" y en la Revista "Natureza".

**Agribusiness-focused publications:** advertisements in the Cotrijal newspaper, "O Cotrisal", "Coamo" magazine, "C. Vale" magazine, "Informativo Cravil", "Cooperalfa" newspaper, "Cocatrel" magazine, "Capul" newspaper, "Informe Comigo", "Informativo Coplana" and "Globo Rural".

**Publicaciones enfocadas en agronegocios:** anuncios en el diario de Cotrijal, "O Cotrisal", Revista "Coamo", Revista "C. Vale", "Informativo Cravil", "Jornal Cooperalfa", "Revista Cocatrel", "Jornal Capul", "Informe Comigo", "Informativo Coplana" y "Globo Rural".

**"Cabra&Ovelha" magazine:** as well as advertisements, this publication also featured publicity editorials about the products offered by Tramontina to farms, companies, and homes. The material was mirrored on Facebook, on the website, and sent out to the magazine subscribers mailing list.

**Revista "Cabra&Ovelha":** además de anuncios, la publicación divulgó publicaciones editoriales sobre los productos que Tramontina ofrece a granjas, empresas y residencias. El material se replicó en Facebook, en el Portal y se envió a todo el mailing de suscriptores de la revista.

**EXISTE VEÍCULO MAIS ÚTIL PARA O SEU NEGÓCIO DO QUE UM QUE SE CHAMA UTILITÁRIO?**

Os equipamentos dirigíveis da Tramontina são a solução perfeita para você transportar cargas e pessoas, cuidar do seu jardim e fazer bonito no seu negócio.

• Veículo elétrico movido a bateria.  
• Fabricado no Brasil.  
• Assistência técnica em todo o Brasil.  
• 8 opções de cor sem custo adicional.  
• Fácil manutenção e baixo custo em peças de reposição.  
• Silencioso, leve e fácil de dirigir.

tramontina.com

## POWER WITH MORE DESIGN ENERGÍA CON MÁS DISEÑO

In the electricity segment, the highlight was Tramontina's line of light switches, with advertisements featured in the "Potência" and "Eletricidade Moderna" magazines. These pieces value the modular aspect and design of the light switches with their wide range of models and colors.

**E**n el ramo de electricidad, la destacada fue la línea de interruptores Tramontina, con anuncios divulgados en las revistas "Potência" y "Eletricidade Moderna". Las piezas resaltan la modularidad y el diseño de los interruptores, con su gama variada de modelos y colores.

## THE DISTINGUISHING FEATURES OF THE MODULAR ORGANIZERS AND TOOLS FOR WORK AT HEIGHT ON THE AGENDA

**EN PAUTA:** LOS DIFERENCIALES DE LOS ORGANIZADORES MODULARES Y DE LAS HERRAMIENTAS EN ALTURA

**T**ramontina's modular organizers were in the pages of "O Mecânico" and "Jornal Oficina Brasil" magazines, as well as spots on radio station "Rádio Gaúcha". The advertisements valued the variety of colors and the practicality of the line, with composable modules that can be adapted to each workshop's needs. The organizer trolleys advertisements focused on the multiple possibilities of customization and organization. In the "Cipa" and "Proteção" magazines, the highlights were the launch of tools and accessories for work at height. The new line advertisements showed that the tools are certified by 35 NR, the main safety standard for work at heights above 2m.

**L**os organizadores modulares Tramontina estuvieron en las páginas de las revistas "O Mecânico" y "Jornal Oficina Brasil", además de spots en la radio Gaúcha. Los anuncios comunicaron la variedad de colores y la practicidad de la línea, con módulos componibles que se adaptan a las necesidades de cada taller. Los anuncios de los carros organizadores enfocan las múltiples posibilidades de personalización y organización. En las revistas "Cipa" y "Proteção", el destacado fue el lanzamiento de las herramientas y accesorios para trabajos en altura. Los anuncios de la nueva línea mostraron que las herramientas son certificadas por la NR 35, principal norma de seguridad para trabajos por arriba de los 2 m.

## BOOK: 50 YEARS OF ANAMACO LIBRO DE LOS 50 AÑOS DE ANAMACO

**T**he book celebrating the 50<sup>th</sup> anniversary of the National Association of Construction Materials Traders (Anamaco) had a specific Tramontina advertisement. The highlight was the wide range of products for the various stages of a construction.

**E**l libro conmemorativo de los 50 años de la Asociación Nacional de Comerciantes de Material de Construcción (Anamaco) contó con un anuncio específico de Tramontina destacando la amplia línea de productos para las diversas etapas de una obra.



# T STORE

NOW IN COLOMBIA

**T STORE AHORA EN COLOMBIA**



From left: Joselito Gusso, Clovis Tramontina (respectively Vice-President and President of Tramontina's Board), and Martha Aguirre (Tramontina Colombia Manager)

De izquierda a derecha: Joselito Gusso, Clovis Tramontina (Vice-presidente y Presidente del Consejo de Tramontina respectivamente) y Martha Aguirre (Gerente de Tramontina de Colombia)

The second concept T store unit abroad was opened at the beginning of the year, this time in Bogota. Located at Centro Comercial Parque La Colina, the unit offers around 900 products in an area of 201m<sup>2</sup>. This is another opportunity for Colombian consumers to discover the experience of interacting with the Tramontina universe.

La segunda tienda concepto T store en el exterior se inauguró a principios de este año – ahora en Bogotá. Ubicada en el Centro Comercial Parque La Colina, la unidad ofrece cerca de 900 productos en un área de 201 m<sup>2</sup>. Es una nueva oportunidad para que los consumidores colombianos descubran la experiencia de interactuar en el universo Tramontina.



## STAINLESS STEEL PANS: AN IRRESISTIBLE NEW RELEASE

### OLLAS DE ACERO INOXIDABLE: UN LANZAMIENTO IRRESISTIBLE

How about enjoying lunch prepared by none other than chef Erick Jacquin? With this offer, Tramontina invited press, bloggers, and clients for the official launch of the Chef's Kitchen Prize Draw. The event was held in August at the Le Bife restaurant in São Paulo.

Qué tal prestigiar un almuerzo preparado por nada menos que el chef Erick Jacquin? Con esa propuesta, Tramontina invitó a representantes de la prensa, blogueros y clientes para el lanzamiento oficial de la Promoción Cocina del Chef. El evento se realizó en agosto, en el restaurante Le Bife, en São Paulo.



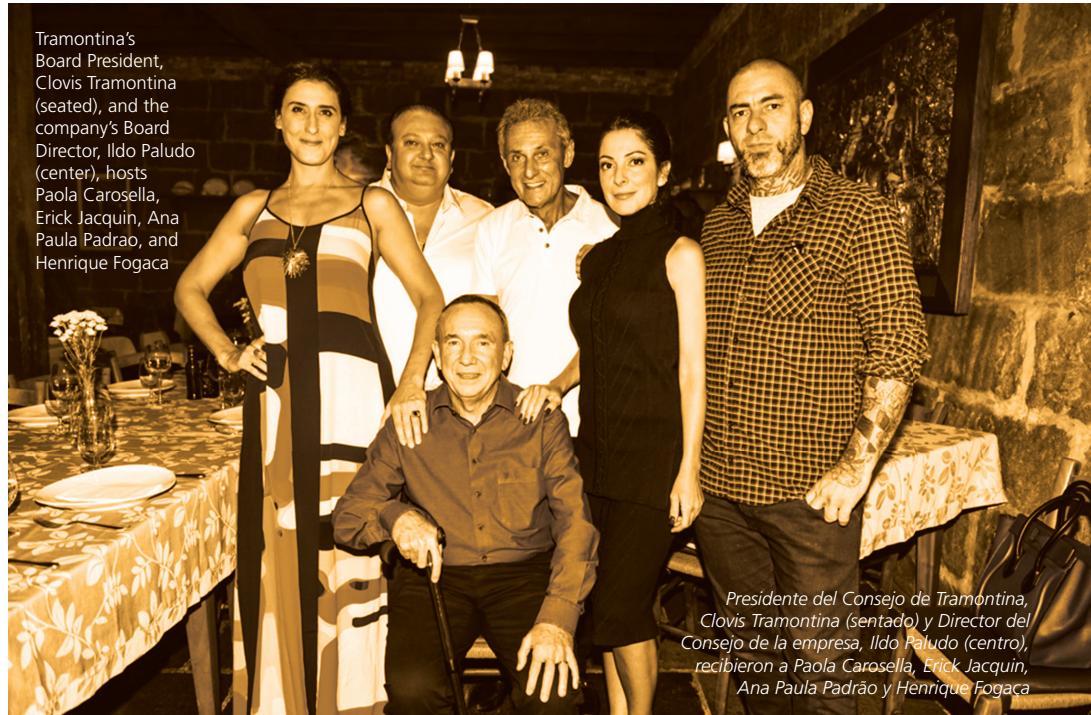
Clovis Tramontina and/y Erick Jacquin

# MASTERCH



# IEF

# CLIMBS THE SOUTHERN HIGHLANDS



## MASTERCHEF SUBE LA SIERRA DE RIO GRANDE DO SUL

The MasterChef Brazil show host and three judges were in the southern highlands in March. The agenda started with dinner with the company's management and other guests. The meeting also included a video shoot at the T store and a visit to Tramontina Farroupilha.

*L a presentadora y los tres jueces del MasterChef Brasil estuvieron en la sierra de Rio Grande do Sul, en marzo. La programación comenzó con una cena con la dirección de la empresa y otros invitados. El encuentro también incluyó una grabación en la T store y una visita a Tramontina Farroupilha.*



Casa Cor Expo / Muestra Casa Cor

Photo credit: / Foto: Cristiano Boué  
W4 Arquitetura Criativa / Estudio de arquitectura W4 arquitetura Criativa

# INCREASINGLY PRESENT IN THE WORLD OF ARCHITECTURE

CADA VEZ MÁS PRESENTE EN EL MUNDO DE LA ARQUITECTURA

Increasing more and more, the synergy with architects and interior designers is a strategic priority for Tramontina. Therefore, the company has insisted on being present at events and showcases that bring together the best in national architecture. There were several events chosen. In the south of the country, Tramontina was present at the Casa Cor and Elite Design expos, focusing on the diversity of its products helping to create the most diverse furniture and decoration styles. In addition to displaying its products, Tramontina invested in advertisements placed in the annual catalogs of both events. In Recife, PE, the chosen event was the "Viva a Experiencia do Novo" (Experience the New) expo, held between April and May at Shopping Riomer.

Ampliar cada vez más la sinergia con arquitectos y diseñadores de interiores es una prioridad estratégica para Tramontina. Por eso, la empresa quiere estar presente en eventos y muestras que reúnen lo mejor de la arquitectura nacional. Se eligieron diversos eventos. En el sur del país, Tramontina marcó su presencia en las muestras Casa Cor y Elite Design, con foco en la diversidad de sus productos que ayudan a componer los más variados estilos de mobiliario y decoración. Además de exponer sus productos, Tramontina invirtió en anuncios publicados en los anuarios de ambos eventos. En Recife, Pernambuco, el evento elegido fue la exposición "Viva a Experiencia do Novo" (Viva la Experiencia de lo Nuevo), realizada entre abril y mayo, en el Shopping Riomer.

## TRAMONTINA HOSTS MINISTER MARCOS ANTONIO PEREIRA

TRAMONTINA RECIBE AL MINISTRO MARCOS ANTÔNIO PEREIRA

In June, Tramontina received a visit from minister Marcos Antonio Pereira, from Industry, External Commerce, and Services. Together with the ministerial team, he visited Tramontina Farroupilha's stainless steel pans factory, accompanied by Clovis Tramontina and various company directors. Also participating in the visit were federal deputies Mauro Pereira (PMDB/RS) and Carlos Gomes (PRB/RS), and the mayor of Caixas do Sul, Daniel Guerra, represented by his assessors. The minister's itinerary included the facilities, the manufacturing processes, and the technology applied to the products at Farroupilha.

En julio, Tramontina recibió la visita del ministro Marcos Antônio Pereira, de Industria, Comercio Exterior y Servicios. Junto a su equipo, el Ministro visitó la fábrica de ollas de acero inoxidable de Tramontina Farroupilha, en compañía de Clovis Tramontina y varios directores de la empresa. También participaron en la visita los diputados Mauro Pereira (PMDB/RS) y Carlos Gomes (PRB/RS), además del intendente de Caixas do Sul, Daniel Guerra, representado por su asesoría. La visita del ministro contempló las instalaciones, los procesos de producción y las tecnologías aplicadas a los productos de Farroupilha.



Photo credit / Foto: Marcelo Matona.  
Architects / Arquitectos Ana Maria Menezes and Raíssa Cavalcanti.



Photo credit / Foto: Cristiano Carniel  
Arquitect / Arquitecto Rogério Linck Figueira



# THE VALUE

## OF KNOWLEDGE

EL VALOR DEL RECONOCIMIENTO

AWARDS ARE A REASON FOR PRIDE AND CELEBRATION. THEY ALSO REPRESENT THE CONFIRMATION THAT THE WORK DEVELOPED AT TRAMONTINA BY ITS MORE THAN 8,000 EMPLOYEES IS BEING DONE WELL. SATISFYING THE CLIENT AND HELPING CONSUMERS TO DISCOVER THE PLEASURE OF DOING THINGS BEAUTIFULLY WELL IS OUR BIGGEST ACHIEVEMENT.

LOS PREMIOS SON MOTIVO DE ORGULLO Y CELEBRACIÓN. PERO TAMBIÉN REPRESENTAN LA CONFIRMACIÓN DE QUE EL TRABAJO DESARROLLADO EN TRAMONTINA, CON SUS MÁS DE 8 MIL EMPLEADOS, SE ESTÁ HACIENDO BIEN. SATISFACER AL CLIENTE Y AYUDAR A LOS CONSUMIDORES A DESCUBRIR EL PLACER DE HACER BIEN LAS COSAS ES NUESTRA MAYOR CONQUISTA.

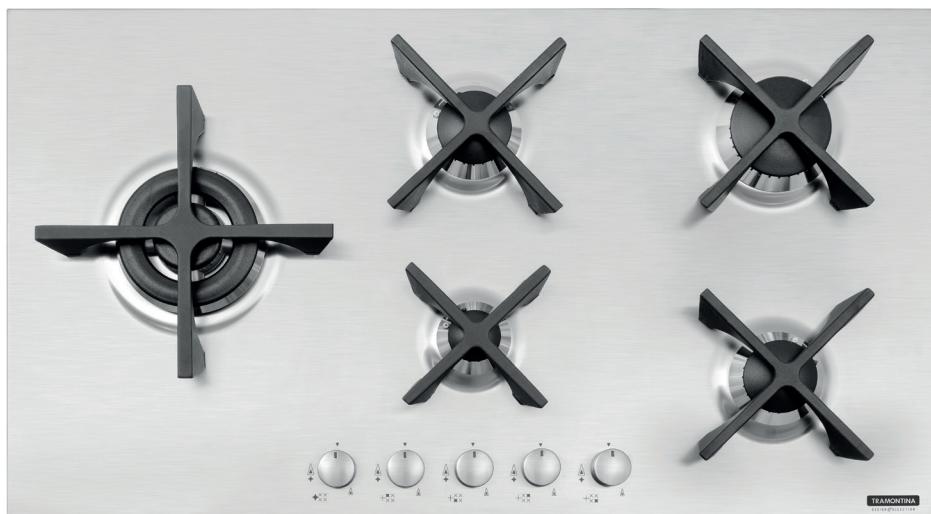


### PENTA INOX FLAT 5GX 90 SAFESTOP WINS IF DESIGN AND BDA

PENTA INOX FLAT 5GX 90 SAFESTOP CONQUISTA EL IF DESIGN Y EL BDA

As far as design is concerned, the Penta Inox Flat 5GX 90 Safestop cooktop was one of the main Tramontina highlights. Entirely designed and manufactured by Tramontina TEEC's team in Brazil, the product, integrating the Tramontina Design Collection, won two of the most currently important design awards. In Germany, the cooktop achieved recognition with the 2017 IF Design Award in the product category. The award was given by a judging panel comprised of 58 independent specialists from all over the world, who assessed more than 5,500 entries submitted from 59 countries. What's more, the Penta Inox Flat 5GX 90 Safestop was also one of the winners at the 2017 Brasil Design Awards. The awards ceremony happened in September during Rio Design Week in Rio de Janeiro, RJ.

En el rubro diseño, el cooktop Penta Inox Flat 5GX 90 Safestop fue uno de los grandes protagonistas de Tramontina. Totalmente desarrollado y fabricado por el equipo de Tramontina TEEC en Brasil, el producto – que integra la Tramontina Design Collection – conquistó dos de los más importantes premios de diseño de la actualidad. En Alemania, el cooktop fue reconocido con el IF Design Award 2017, en la categoría producto. El premio fue concedido por un jurado compuesto por 58 especialistas independientes de diversas partes del mundo, que evaluaron más de 5.500 participantes de 59 países. Además, el Penta Inox Flat 5GX 90 Safestop fue uno de los vencedores del Brasil Design Award 2017. La ceremonia de premiación se realizó en septiembre, durante la Semana Design Rio, en Rio de Janeiro.



## CONNECTING BOXES ARE NOW INTERNATIONALLY CERTIFIED BY IECEx

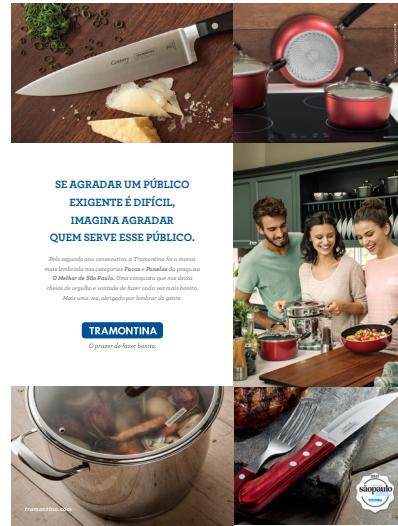
## CAJAS DE CONEXIÓN AHORA TIENEN CERTIFICACIÓN INTERNACIONAL IECEx

The line of connecting boxes with enhanced safety (protection type Ex "e") now has international certificate IECEx NCC 170001. This certificate is based on ISO and IEC international technical standards, such as IEC 60079 and ISO/IEC 80079 – Explosive Atmospheres. The IECEx certification systems are encouraged and supported by the UN, as they consolidate the best practices for explosive atmospheres. For Tramontina, this achievement represented a milestone in the certifications sector: it was the first IECEx compliance certificate issued by a Brazilian organ for "Ex" equipment. The process was conducted by NCC Certifications of Brazil, with tests done by ExVeritas in the United Kingdom. This is Tramontina in perpetual evolution.

*La línea de cajas de conexión con seguridad aumentada (protección tipo Ex "e") ahora cuenta con el certificado internacional IECEx NCC 17.0001. La certificación se basa en normas técnicas internacionales de ISO y también de IEC, tales como las normas de las series IEC 60079 e ISO/IEC 80079 – Atmósferas explosivas. Los sistemas de certificación del IECEx cuentan con el incentivo y apoyo de la ONU, porque consolidan las mejores prácticas para atmósferas explosivas. Para Tramontina, la conquista representó un marco en el ramo de certificaciones: fue el primer certificado de conformidad IECEx emitido por un organismo brasileño para equipos "Ex". El proceso fue conducido por la NCC Certificações do Brasil, con ensayos realizados por el ExVeritas del Reino Unido. Es Tramontina evolucionando siempre.*



## O MELHOR DE SÃO PAULO



SE AGRADAR UM PÚBLICO EXIGENTE É DIFÍCIL, IMAGINA AGRADAR QUEM SERVE ESSE PÚBLICO.

Pelo segundo ano consecutivo, a Tramontina foi a marca mais lembrada no especial "O Melhor de São Paulo" da revista Datafolha de 2016. Pode parecer que é só orgulho e vontade de fazer cada vez melhor. Mas uma vez, abrigado por lendas da gente.

TRAMONTINA  
O prazer de fazer bonito.

In the "O Melhor de São Paulo" special insert of the Folha de São Paulo newspaper, Tramontina was the chosen brand in two different categories. The interviews were conducted by Datafolha with the general public, and by a selected jury with specialized critics.

*En el especial "O Melhor de São Paulo", del diario Folha de São Paulo, Tramontina fue la marca elegida en dos categorías distintas. Las entrevistas son realizadas con el público en general, por Datafolha y con la crítica especializada, por medio de un jurado seleccionado.*

## AWARDS / PREMIOS

1<sup>st</sup> place in Knives 1<sup>er</sup> lugar en Cuchillos  
1<sup>st</sup> place in Cookware 1<sup>er</sup> lugar en Ollas

## TOP OF MIND REVENDA CONSTRUÇÃO

### AWARDS / PREMIOS

1<sup>st</sup> place in National Garden Hose 1<sup>er</sup> lugar nacional en Mangueras de Jardín

1<sup>st</sup> place in National Hand Tool for Gardening and Agriculture 1<sup>er</sup> lugar nacional en Herramientas Manuales para Jardín y Agricultura

1<sup>st</sup> place in National Hand Tools for Construction 1<sup>er</sup> lugar nacional en Herramientas Manuales para la Construcción

1<sup>st</sup> place in Stainless Steel Sink and Basin 1<sup>er</sup> lugar en Fregaderos y Cubetas de Acero Inoxidable

2<sup>nd</sup> place in National Socket Adapter Pin 2<sup>er</sup> lugar nacional en Adaptadores para Tomacorrientes

3<sup>rd</sup> place in National Shelf 3<sup>er</sup> lugar nacional en Estantes

4<sup>th</sup> place in Socket, Plug, and Switch 4<sup>er</sup> lugar en Tomacorrientes, Enchufes e Interruptores

4<sup>th</sup> place in Measuring Tape 4<sup>er</sup> lugar en Cintas Métricas

5<sup>th</sup> place in Electric Extension/Line Filter 5<sup>er</sup> lugar en Extensiones Eléctricas/Filtros de Línea

Tramontina was the highlight in various categories of the survey, which indicates the brands most remembered by construction materials retailers.

Tramontina se destacó en diferentes categorías de la encuesta que indica las marcas más recordadas por los revendedores de material de construcción.



## CAMPEÃS DA INOVAÇÃO 2016

Tramontina is amongst the most innovative companies in southern Brazil, a region comprised of the states of Paraná, Santa Catarina, and Rio Grande do Sul. Arranged by the "Amanhã" magazine, the project is based on a series of questionnaires identifying the companies that adopt the best innovation practices.

Tramontina está entre las empresas más innovadoras de la región sur de Brasil – que abarca los estados de Paraná, Santa Catarina y Rio Grande do Sul. Realizado por la Revista "Amanhã", el proyecto se basa en una serie de cuestionarios que identifican cuáles son las empresas que adoptan las mejores prácticas de innovación.

### AWARDS / PREMIOS

1<sup>st</sup> place in the Metallurgy segment  
1<sup>st</sup> place in Rio Grande do Sul  
5<sup>th</sup> place in the general ranking of the Southern Region

1<sup>er</sup> lugar en el ramo Metalúrgico  
1<sup>er</sup> lugar en Río Grande do Sul  
5<sup>er</sup> lugar en el ranking general de la región sur



## MARCAS DE QUEM DECIDE

Once more, Tramontina was one of the main highlights in the "Marcas de Quem Decide" project. Arranged by the Jornal do Comércio newspaper in Porto Alegre, RS, the project assesses the rates of memory and preference for brands in over 100 economic sectors. Interviews are conducted with entrepreneurs, executives, and sole traders distributed across the main cities in Rio Grande do Sul – those with a participation of 0.5% of the state GDP (Gross Domestic Product) or above. The evaluation is made by Qualidata Surveys and Strategic Knowledge.

*Una vez más, Tramontina fue uno de los grandes protagonistas en el ranking "Marcas de Quem Decide". Realizado por el diario Jornal do Comércio, de Porto Alegre, Rio Grande do Sul. El ranking evalúa los índices de recordación y preferencia de las marcas en más de 100 ramos de la economía. Las entrevistas abarcan empresarios, ejecutivos y profesionales liberales distribuidos en las principales ciudades de Rio Grande do Sul – o sea, con participación igual o superior a 0,5% del PIB (Producto Interno Bruto) del estado. El análisis lo hace Qualidata Pesquisas e Conhecimento Estratégico.*



## AWARDS / PREMIOS

1<sup>st</sup> place as remembered and preferred Innovative Gaúcho Brand  
1<sup>er</sup> lugar en recordación y preferencia como marca innovadora de Rio Grande do Sul

1<sup>st</sup> place as remembered and preferred brand in Tools  
1<sup>er</sup> lugar en recordación y preferencia en Herramientas

2<sup>nd</sup> place as remembered and preferred Great Gaúcho Brand  
2<sup>º</sup> lugar en recordación y preferencia en grandes marcas de Rio Grande do Sul

4<sup>th</sup> place as remembered and 5th place as preferred brand in Environmental Preservation  
4<sup>º</sup> lugar en recordación y 5<sup>º</sup> en preferencia en Preservación Ambiental



## TOP OF MIND RS

The brand also stood out in the 2017 edition of Top of Mind RS, conducted by "Amanhã" magazine in partnership with Segmento Research. Since 1991, when it launched as a pioneer in Brazil, this survey captures the spontaneous remembering of brands in various consumption segments, split into Products, Services, and Communications, among others. Interviews are conducted in all regions of Rio Grande do Sul, with samples proportionate to the size of the population.

*La marca también despuntó en la edición 2017 del Top of Mind RS, realizado por la Revista "Amanhã" y Segmento Pesquisas. Desde 1991, cuando se lanzó de forma pionera en Brasil, la encuesta capta la recordación espontánea de las marcas en diversos ramos de consumo – distribuidos en Productos, Servicios y Comunicaciones, entre otros. Las entrevistas se realizan en todas las regiones de Rio Grande do Sul, con muestras proporcionales al tamaño de la población.*



## O QUE NÃO MUDA COM O TEMPO VIRA TRADIÇÃO. LEMBRAR DA TRAMONTINA, POR EXEMPLO.

A Tramontina conquistou o prêmio Top of Mind, da revista Amanhã, nas categorias Talheres e Ferramentas e ficou em 4º lugar no ranking da categoria Grande Empresa. Estar sempre na sua cabeça é um orgulho enorme e inspira a gente a fazer cada vez mais bonito.

## AWARDS / PREMIOS

1<sup>st</sup> place in Tableware, with 93.4% of remembrance  
1<sup>er</sup> lugar en Cubiertos, con 93,4% de recordación

1<sup>st</sup> place in Tools, with 49.8% of remembrance  
1<sup>er</sup> lugar en Herramientas, con 49,8% de recordación

3<sup>rd</sup> place as Famous Brand, with 4.2%  
3<sup>er</sup> lugar como Gran Marca, con 4,2%

3<sup>rd</sup> place as a Company that Invests in Culture, with 4.5%  
3<sup>er</sup> lugar como Empresa que Invierte en Cultura, con 4,5%

3<sup>rd</sup> place as a Company Where You Would Like to Work, with 1.5%  
3<sup>er</sup> lugar como Empresa en la que Gustaría Trabajar, con 1,5%

3<sup>rd</sup> place as Company Concerned with the Environment, with 1.4%  
3<sup>er</sup> lugar como Empresa que se Preocupa con el Medioambiente, con 1,4%

5<sup>th</sup> place in Thermal Beverage Dispensers, with 2.5% of remembrance  
5<sup>º</sup> lugar en Termos, con 2,5% de recordación



## TOP OF MIND CASA E MERCADO

Tramontina has achieved two important positions in the "500 Southern Greatest" ranking done by "Amanhã" magazine in partnership with PwC Brazil. The survey combines liquid revenue, liquid assets, and profit or losses, as well as the exclusive index known as VPG (Weighted Value of Greatness).

*Tramontina conquistó dos puestos importantes en el ranking de las 500 mayores empresas de la región sur, relevamiento realizado por la Revista "Amanhã" en conjunto con PwC Brasil. El relevamiento combina los lucros netos, el patrimonio neto y las ganancias o pérdidas, además del índice exclusivo conocido como VPG (valor ponderado de grandeza).*

*Una vez más, Tramontina fue reconocida en el especial Top of Mind de Casa e Mercado, desarrollado junto con Datafolha. Dos categorías - "Fregaderos y Cubetas de Cocina" – indicaron a la empresa como la marca más recordada.*

## AWARDS / PREMIOS

Top of Mind Brand in Sink and Basin for Kitchen  
Top Of Mind de Marca de Fregaderos y Cubetas de Cocina

## AWARDS / PREMIOS

81<sup>st</sup> place in the general ranking  
81<sup>º</sup> lugar en el ranking general

30<sup>th</sup> largest in the RS ranking  
30<sup>a</sup> mayor en el ranking de Rio Grande do Sul



## COLUNISTAS SUL

The 50<sup>th</sup> edition of the largest communications award in Brazil, "Colunistas Sul", also recognized Tramontina's efforts.

*La 50<sup>a</sup> edición de la mayor premiación de la comunicación brasileña, Colunistas Sul, también premió a Tramontina.*

### AWARDS / PREMIOS

Advertiser of the Year  
Anunciante del Año



### MELHOR PRODUTO DO ANO REVENDA CONSTRUÇÃO

For Tramontina, not only is the Best Product of the Year Award a reason for pride, but also a way of identifying which products generate the best results for clients. This year, the survey encompassed over 405 products in nine segments. It also brought insights that help the brand to insert itself in different POS dedicated to construction materials with different service models. The company employs all its best efforts to do beautifully well in each one of them.

*Para Tramontina, el premio al Mejor Producto del año no es solamente motivo de orgullo, sino también una forma de identificar los productos que generan los mejores resultados para el cliente. Este año, la encuesta abarcó más de 405 productos en nueve segmentos. Y trajo insights que ayudan a la marca a insertarse en los distintos puntos de venta dedicados a materiales de construcción, que cuentan con diferentes modelos de atención. La empresa se esfuerza al máximo para lucirse en cada uno de ellos.*

### AWARDS / PREMIOS

#### Claw Hammer / Martillo con uña

1<sup>st</sup> place in the Hand Tools for Construction segment  
1<sup>er</sup> lugar en la categoría Herramienta Manual para la Construcción

#### Electric String Trimmer / Bordeadora Eléctrica

1<sup>st</sup> place in the Hand Tools for Gardening and Agriculture segment  
1<sup>er</sup> lugar en la categoría Herramientas Manuales para Jardín y Agricultura

#### Morgana 60 Fx kit / Kit Morgana 60 Fx

1<sup>st</sup> place in the Stainless Steel Sink and Basin segment  
1<sup>er</sup> lugar en la categoría Piletas y Cubas de Acero Inoxidable

#### Flex Garden Hose / Manguera Flex para jardín

1<sup>st</sup> place in the Garden Hose segment  
1<sup>er</sup> lugar en la categoría Mangueras de Jardín

#### Extra Strong Metallic Bucket / Bandeja metálica extrafuerte

2<sup>nd</sup> place in the Wheelbarrow segment  
2<sup>o</sup> lugar en la categoría Carretillas

#### Male 2P+T 10A 250V Plug / Enchufe macho 2patas +T 10 A 250 V

3<sup>rd</sup> place in the Socket Adapter Pin segment  
3<sup>er</sup> lugar en la categoría Adaptadores para Tomacorrientes

#### Single Switch + 1 Socket 2P+T 10A 250V

*Interruptores simples + 1 tomacorrientes de 2 patas + T 10 A 250 V*  
3<sup>rd</sup> place in the Socket, Plug, and Switch segment  
3<sup>o</sup> lugar en la categoría Tomacorrientes, Enchufes e Interruptores

#### Wooden shelf / Estante de madera

4<sup>th</sup> place in the Shelving segment  
4<sup>o</sup> lugar en la categoría Estantes

#### Professional Measuring Tape / Cinta métrica profesional

5<sup>th</sup> place in the Measuring Tape segment  
5<sup>o</sup> lugar en la categoría Cintas Métricas



## MARCAS DE DESTAQUE

Annually, "Cozinha Profissional" magazine – the main publication in restaurant, bakery, cafe, and bar management in the country – presents the Marcas de Destaque (Top Brands) Awards, choosing the most remembered brands in 56 categories. There are over 1,500 participants that verify the importance of this survey. This year, Tramontina was once again present in important categories of the awards.

Anualmente, la revista "Cozinha Profissional" – principal publicación de gestión de restaurantes, panaderías, cafeterías y bares del país – realiza el Premio Marcas de Destaque, eligiendo las marcas más recordadas en 56 categorías. Son más de 1.500 participantes que comprueban la importancia de la encuesta. Este año, Tramontina, una vez más, estuvo en categorías importantes de premiación.

### AWARDS / PREMIOS

#### 1<sup>st</sup> place:

Saucepans and Frying Pans = 53.41%  
Knives and Utensils (kitchen) = 70.14%  
Tableware = 58.39%

#### 1<sup>er</sup> lugar:

Ollas y Sartenes = 53,41%  
Cuchillos y Utensilios (cocina) = 70,14%  
Cubiertos = 58,39%

#### 2<sup>nd</sup> place:

Furniture = 17.19%

#### 2º lugar:

Muebles = 17,19%

#### 3<sup>rd</sup> place:

Char Broiler = 13.89%  
Cooker = 9.48%

#### 3<sup>er</sup> lugar:

Char Broiler = 13,89%  
Cocina = 9,48%

### PRÊMIO



### ANAMACO

### Anamaco

Tramontina also achieved recognition at the Anamaco Awards 2017, considered the most important accolade in the Construction Materials market. More than a mere distinction, the award provides important data for the decisions related to Marketing and Sales in this segment.

Tramontina también fue reconocida en el Premio Anamaco 2017, considerado el más importante del mercado de materiales de construcción. Más que la distinción, el premio ofrece datos fundamentales para las decisiones relacionadas a Marketing y ventas en ese segmento.

### AWARDS / PREMIOS

Master Award in the Stainless Steel Sinks, Basins, and Laundry Sinks segments  
Premio Master en la categoría Fregaderos, Cubetas y Lavaderos de Acero Inoxidable

#### 2<sup>nd</sup> place in the Switches, Plugs, and Sockets segment

2<sup>o</sup> lugar en la categoría Tomacorrientes, Enchufes e Interruptores

#### 2<sup>nd</sup> place in the Pocket Measuring Tapes segment

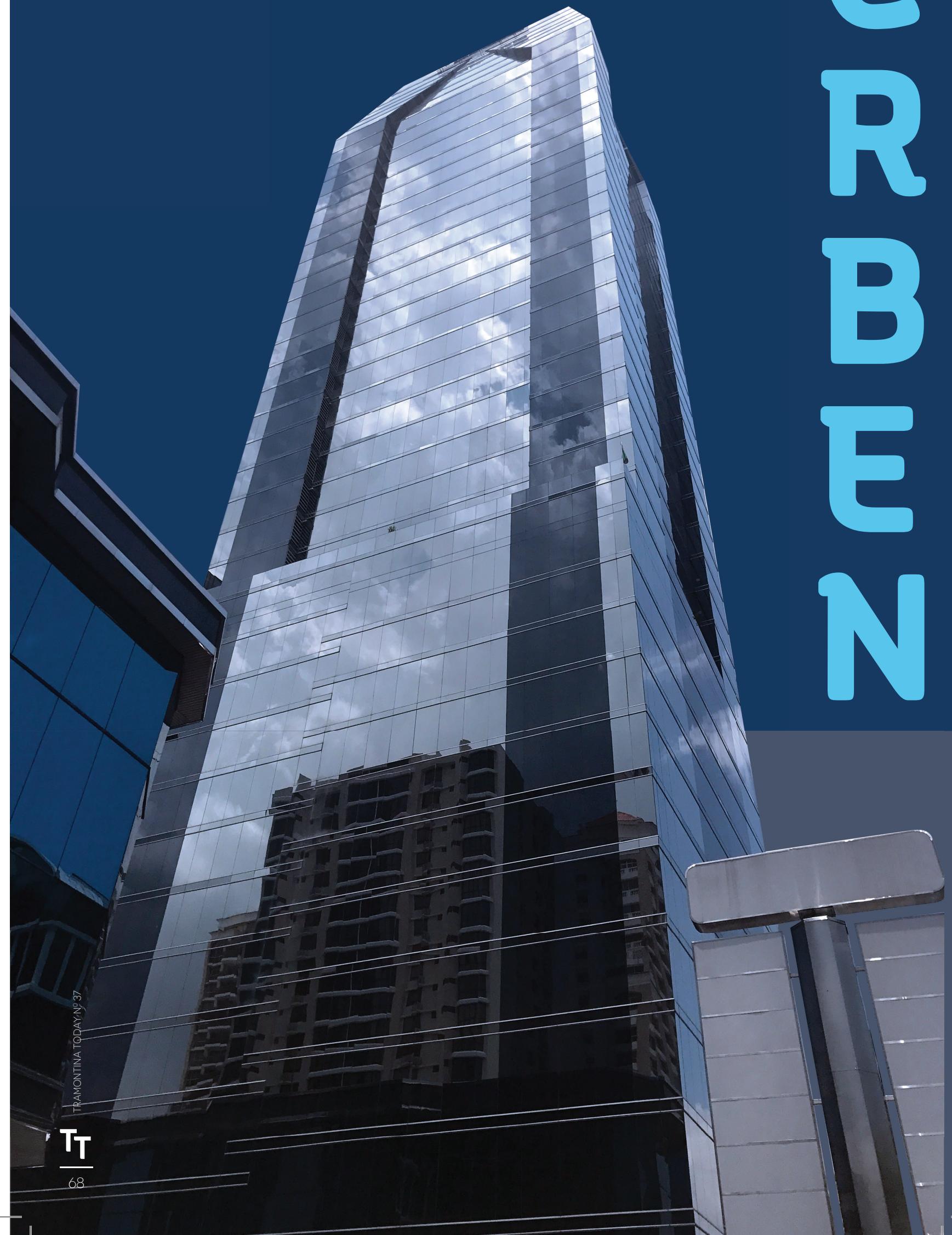
2<sup>o</sup> lugar en la categoría de Cintas Métricas de Bolsillo

#### Honorary Mention in the PVC Flexible Conduits segment

Mención de honor en la categoría de Conduits de PVC

C  
R  
B  
E  
N

TRAMONTINA  
NOW IN THE



# A I B A



Alfonso Guzmán, André Lazzari, Renata Stürmer and Jandir Brock.

## TRAMONTINA AHORA EN EL CARIBE

**S**ince January, Tramontina has been present in one of the most beautiful regions on Earth: the Caribbean. TCaribe, as it is known, has an office in Panama City, where employees are responsible for taking the brand to other countries in Central America, famous all over the world for their white sandy beaches and blue seas.

**D**esde enero, Tramontina está presente en una de las regiones más lindas del mundo: el Caribe. TCaribe, como se conoce, cuenta con una oficina en la Ciudad de Panamá, en la que los empleados son responsables por llevar la marca a los demás países de América Central, reconocidos en el mundo entero por sus playas de arena blanca y mar azul.

A DIGITAL STRATEGY FOR

C  
O  
OK  
W  
A  
R  
E  
IN ECUADOR

ESTRATEGIA DIGITAL PARA OLLAS EN ECUADOR



Digital campaigns are excellent ways of getting closer to consumers, since they allow interactivity and a more relaxed language. Tramontina had already adopted this strategy to promote its lines in Brazil. This year, it was Ecuador's turn to get a digital campaign. The stainless steel pans were showcased in witty campaigns via digital channels to debunk the idea that stainless steel pans are only meant to be used by experienced people. The message "it's for you too" was translated into the recipes and video tips promoted on Google, Facebook, and YouTube, and counted on the participation of influencers. A brand new initiative was Tramontina Chef Coach, in which the public can receive tips from a chef via WhatsApp for successful recipes and how to get the best out of the pans.

Las campañas digitales son excelentes formas de estar más cerca del consumidor, ya que permiten interactividad y un lenguaje más coloquial. Tramontina ya había adoptado esa estrategia para divulgar sus líneas en Brasil. Este año fue el turno de Ecuador. Las ollas de acero inoxidable ganaron acciones llenas de buen humor en canales digitales para desmitificar la idea de que las ollas de acero inoxidable son solamente para los expertos en la cocina. El mensaje "es para ti también" se tradujo en las recetas y en los consejos en vídeo divulgados en Google, Facebook y YouTube – y contó con la participación de influencers. Una iniciativa inaudita fue el Chef Coach Tramontina, en que el público recibe por WhatsApp consejos de un chef tanto para recetas de éxito como consejos de uso de las ollas.

OLLA DE ACERO  
INOXIDABLE

TRAMONTINA

OLLA DE ACERO  
**INOXIDABLE**  
CÓMPRALA, ES PARA TI TAMBIÉN.

TRAMONTINA



TRAMONTINA

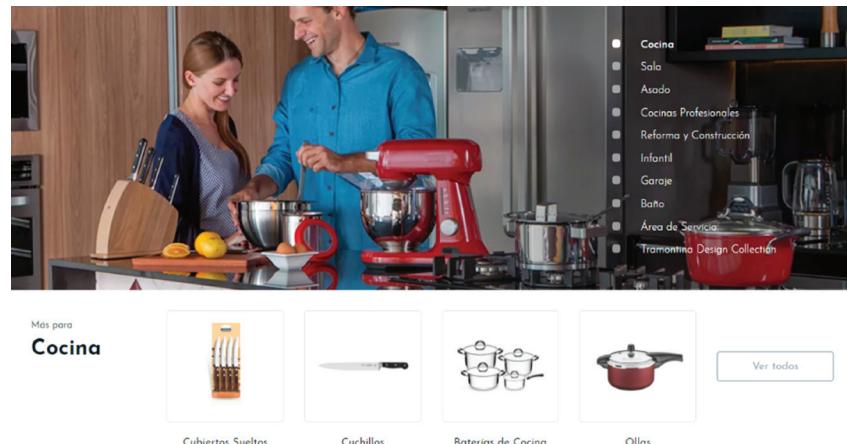


0980822255

# E-COMMERCE

## IN CHILE

E-COMMERCE LLEGA A CHILE



Tramontina increasingly explores a market with immeasurable potential: e-commerce. The products of the brand have been available for purchase directly on the internet in Germany for some time. This year, e-commerce arrived in Chile. The virtual store works as an extension of the physical T store, exclusively selling products of the brand. The aim is to prioritize the consumer experience without excluding the possibility of personally checking out all items. A way of strengthening customer relationships even more.



Tramontina desbrava cada vez más un mercado con un potencial inmenso: el e-commerce. Los productos de la marca ya se podían adquirir directamente por Internet en Alemania. Este año, el e-commerce también llegó a Chile. La tienda virtual funciona como una continuación de la T store física, vendiendo exclusivamente productos de la marca. La propuesta es priorizar la experiencia del consumidor, sin excluir la posibilidad de verificar todos los artículos personalmente. Una forma de fortalecer todavía más la relación con los consumidores chilenos.

## SWITCHES ARE THE STARS OF A CAMPAIGN IN PARAGUAY INTERRUPTORES PROTAGONIZAN CAMPAÑA EN PARAGUAY

**L**ight switches have gotten attention in a special campaign targeting consumers in Paraguay. The slogan "un clic the elegancia en tu hogar" ('an elegant click for your home') was present in campaign pieces which sought to highlight the products' design, such as advertisements on the radio, backs of buses, call-outs during sports shows and football matches, and posts on Facebook.

**L**os interruptores ganaron una campaña especial con foco en los consumidores de Paraguay. El eslogan "un clic de elegancia en tu hogar" estuvo presente en piezas de la campaña que buscaban resaltar el diseño de los productos, como propaganda de radio, lunetas traseras de ómnibus, menciones durante programas deportivos y partidos de fútbol, además de publicaciones en Facebook.



# MOBILE UNITS ON THE STREETS

**UNIDADES MÓVILES POR LAS CALLES**



The Master and PRO lines of tools have been doing beautifully well on the streets of Bolivian, Paraguayan, and Uruguayan cities. Entirely personalized vans have cruised around these countries, offering technical visits and participating in sales campaigns with local partners. The aim of these activities is to go to clients and interact with them in a closer and more effective way.

Las líneas de herramientas Master y PRO están luciendo por las calles de ciudades bolivianas, paraguayas y uruguayas. Camionetas totalmente personalizadas con la marca Tramontina cruzaron esos países, reaizando visitas técnicas y acciones de venta en los partners locales. El objetivo de esas actividades es ir hasta el cliente e interactuar con él de forma más cercana y efectiva.

## ONE SINGLE TRAMONTINA ON FACEBOOK

UNA SOLA TRAMONTINA EN FACEBOOK

Amidst so much information available on social media, it is essential for a company to have a single identity and to transmit credibility. To strengthen the brand's presence on Facebook, Tramontina has unified all existing pages into one. Called simply "Tramontina," the page has a blue verification badge, attesting its legitimacy to users. Facebook itself identifies where users are accessing the page from and forwards them to the region-specific contents and language. The number of followers now is over 3 million.

En medio a tantas informaciones disponibles en las redes sociales, es fundamental que una empresa tenga una identidad única y transmita credibilidad. Para fortalecer la presencia de la marca en Facebook, Tramontina unificó todas las páginas existentes en una sola – llamada únicamente "Tramontina". La página cuenta con un sello de verificación que certifica su legitimidad a los usuarios. El propio Facebook identifica desde donde está ingresando el usuario y encamina al idioma y contenido específico de la región. El número de seguidores pasa de 3 millones.



# CLOSE TO CONSUMERS ON SPECIAL DATES

CERCA DEL CONSUMIDOR EN FECHAS ESPECIALES



Tramontina wants to be present with solutions to make consumers' lives easier, whether in their daily life or on special occasions. In Bolivia and in Paraguay, this was the focus of campaigns created for Mother's Day and Christmas. The main idea was to show that the brand has everything you need for all moments in your life.

Tramontina quiere estar presente con soluciones para facilitar la vida del consumidor, ya sea en momentos cotidianos o en ocasiones especiales. En Bolivia y en Paraguay, ese fue el foco de campañas destinadas al Día de las Madres y a Navidad. La idea principal fue mostrar que la marca tiene todo lo que necesita para todos los momentos de la vida.



## #AMOTRAMONTINA CONQUERS MEXICO

#AMOTRAMONTINA CONQUISTA MÉXICO

TRAMONTINA

"MAMÁ SIEMPRE TIENE  
UNA RECETA PARA TODO"  
PABLO RICAÑO



tramontina.com.mx  
Tramontina Latinoamérica

#Amo TRAMONTINA  
-FELIZ 10 DE MAYO-

In Mexico, consumers interacting with the Tramontina page on Facebook are true fans of the brand. To recognize and return the affection, the #AmoTramontina (#ILoveTramontina) campaign was created and promoted all year round. Using sentences posted by the consumers themselves, the campaign went beyond social media and invaded the streets of Mexico City and Monterrey. Bus stops, phone booths, billboards, and points of sale received the pieces, which added to this hugely positive relationship between local consumers and the brand.

**E**n México, los consumidores que interactúan con la página Tramontina en Facebook son verdaderos fanáticos de la marca. Para reconocer y retribuir tanto cariño, se creó la campaña #AmoTramontina, que tuvo lugar todo el año. Usando frases publicadas por los propios consumidores, la campaña fue mucho más allá de las redes sociales e invadió las calles de Ciudad de México y Monterrey. Paradas de ómnibus, cabinas telefónicas, outdoors y puntos de venta recibieron piezas que jugaban con esa relación tan positiva de los consumidores locales con la marca.

# BRAND NEW PRODUCTS IN MEXICAN SUPERMARKETS

PRODUCTOS INAUDITOS EN SUPERMERCADOS DE MÉXICO



The Palladium Project introduced non-stick products exclusively developed for this partnership to one of the largest supermarket chains in Mexico. With more than 150 stores in the country, Comercial Mexicana gave Tramontina products away as rewards through their loyalty program between May and August. With specific campaigns for the project on Facebook and points of sale, the campaign recorded 167,000 products sold.

*E*l proyecto Palladium llevó a una de las mayores redes de supermercados de México productos antiadherentes desarrollados exclusivamente para ese partner. Con más de 150 tiendas en el país, la Comercial Mexicana premió con productos de Tramontina por medio de su programa de fidelidad, que se desarrolló entre mayo y agosto. Con acciones específicas para el proyecto en Facebook y en los puntos de venta, la acción registró 167 mil productos vendidos.

## TRAMONTINA UP HIGH TRAMONTINA EN LAS ALTURAS

**A**n innovative and memorable gastronomic experience, this is "Dinner in the Sky", a dinner experience in a suspended structure from a great height. In Mexico, Tramontina sponsored one of the events led by none other than Massimo Bottura, considered the number one chef in the world by The World Best Restaurants 2016 ranking. In addition to the publicity in the event's official communications, Tramontina tableware and kitchenware products were used for the dinner in the sky.

**U**na experiencia gastronómica innovadora y memorable – así es el "Dinner in the Sky", que proporciona la experiencia de cena en una estructura suspendida a varios metros de altura. En México, Tramontina patrocinó una edición comandada por nada menos que Massimo Bottura, considerado el chef N° 1 del mundo por la lista The World Best Restaurants 2016. Además de publicidad en la comunicación oficial del evento, se utilizaron los productos de mesa y cocina en la cena en las alturas.





PUBLICIDADE

TRAMONTINA

TALHERES  
POLYWOOD



## PRESENCE AT MASTERCHEF PORTUGAL

*PRESENCIA EN MASTERCHEF PORTUGAL*

Sponsoring MasterChef Brazil for three years has been a very positive experience for Tramontina. Therefore, the company also sponsored the Portuguese version of the reality show, in which participants had kitchen utensils available to create their dishes. As well as exhibiting the products, banners were also shown during the show broadcast.

Patrocinar el MasterChef Brasil durante tres años fue una experiencia muy positiva para Tramontina. Por lo tanto, la empresa patrocinó la versión portuguesa del reality show en el que los participantes tenían a su disposición utensilios de cocina para crear sus platos. Además de la exposición de productos, se exhibieron banners durante la transmisión del programa.

# BARBECUE

ALL OVER THE WORLD

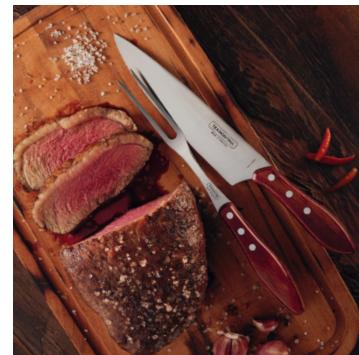
ASADO POR EL MUNDO

Tramontina takes the Brazilian barbecue culture abroad with a lot of pride. To reinforce this tradition, the "Turning your barbecue into a Brazilian churrasco" was launched in Singapore, Germany, South Africa, England, Austria, and South Korea. The visuals of the publicity pieces received typical elements of this gastronomic ritual, such as coarse salt and charcoal.

Tramontina lleva la cultura del asado brasileño al exterior con mucho orgullo. Para reforzar esta tradición, la campaña "Turning your barbecue into a Brazilian churrasco" se lanzó en Singapur, Alemania, Sudáfrica, Inglaterra, Austria y Corea del Sur. El diseño de las piezas de divulgación recibió elementos típicos de ese ritual gastronómico – tal como sal gruesa y carbón.

TRAMONTINA  
CHURRASCO

TURNING YOUR BARBECUE into a BRAZILIAN CHURRASCO.



[www.tramontina-churrasco.co.uk](http://www.tramontina-churrasco.co.uk)



**TRAMONTINA  
MACHT DIE GRILLPARTY  
ZUM BRASILIANISCHEN  
CHURRASCO.**



**TRAMONTINA  
CHURRASCO**

[www.tramontina-churrasco.de](http://www.tramontina-churrasco.de)

# A BARBECUE INVASION IN GERMAN STORES

## INVASIÓN DEL ASADO EN LAS TIENDAS ALEMANAS



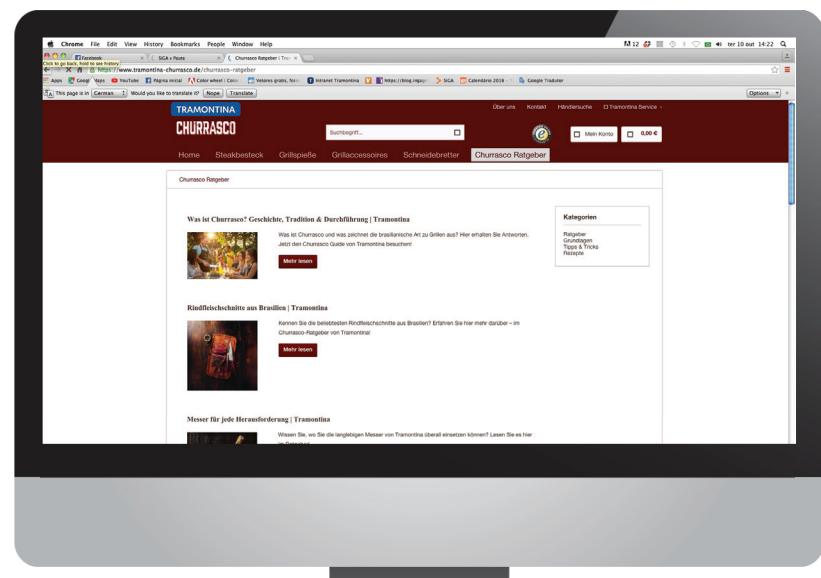
**G**ermany received special efforts for the dissemination of the "churrasco" culture. Important stores in the country received point of sale materials connected with the line of items for obsessed meat roasters. 540 places received graphic items alluding to this style of barbecue, including leaflets, totems, banners, and a mini-bible teaching people how to roast meat.

**A**lemania recibió esfuerzos especiales en la diseminación de la cultura del asado. Tiendas importantes del país recibieron materiales de punto de venta relativos a la línea de artículos para asadores inveterados. Entre folletos, tótems, banners y la mini biblia que enseña a asar, 540 locales recibieron piezas gráficas alusivas al asado.

## BLOG REINFORCING TRADITION

### BLOG REFUERZA LA TRADICIÓN

**C**ontent marketing is one of Tramontina's strategies to strengthen the relationship with the German public. The texts celebrating the Brazilian barbecue tradition stand out. With the experience of someone born in Rio Grande do Sul before travelling around the world, the blog is updated every 15 days, always with tips and trivia facts linked to the ritual. The content encourages consumers to acquire the products and directs them to the specific e-commerce link. The page has been getting an increasingly large number of hits.



**E**l marketing de contenido es una de las estrategias de Tramontina para fortalecer la relación con el público alemán. Destacados, los textos que celebran la tradición brasileña del asado. Con la experiencia de quienes nacieron en Rio Grande do Sul antes de irse al resto del mundo, el blog se abastece cada 15 días, siempre con consejos y curiosidades relativas al ritual. El contenido estimula al consumidor a adquirir los productos de la línea y lo dirige hasta la dirección específica en el e-commerce. La página ha conquistado un número cada vez mayor de visitas.

# THE BEST STEAKS TOGETHER

LAS MEJORES STEAK HOUSES REUNIDAS

In Johannesburg, South Africa, Tramontina promoted the "Eat Out Steak Out", an event that brought together the main steakhouses in the Gauteng Province. The event was held in partnership with Eat Out, and the participants received vouchers to try the juiciest specialties in each restaurant. Dishes were prepared, served, and consumed with Tramontina products, a gastronomic experience that turned South Africa a little more Brazilian. There was also a competition for the best event photo posted on Instagram, which received a Tramontina Churrasco knife set.

*E*n Johannesburgo, Sudáfrica, Tramontina promovió el "Eat Out Steak Out", evento que reunió a las principales casas de asado de la provincia de Gauteng. Los participantes del evento – realizado junto con el Eat Out – recibían cupones para probar las especialidades más suculentas de cada restaurante. Los platos se preparaban, servían y consumían con productos de Tramontina, en una experiencia gastronómica que dejó Sudáfrica un poquito más brasileña. Una promoción también premió al dueño de la mejor foto del evento publicada en Instagram con un juego de cuchillos Tramontina Churrasco.



## QUICK GROWTH IN TOOLS IN SOUTH AFRICA

RÁPIDA EXPANSIÓN DE LAS HERRAMIENTAS EN SUDÁFRICA

The market expansion to South Africa, where Tramontina entered in 50 new points of sale in only two months, was what motivated the company to present the brand at various expos in the country. The support from distributor Bambisana was very important to develop these marketing actions.



La expansión del mercado a Sudáfrica, donde Tramontina ingresó en 50 nuevos puntos de venta en sólo dos meses, fue lo que motivó a la empresa a estar con la marca presente en diversas ferias del país. En esa oportunidad, fue muy importante el apoyo del distribuidor Bambisana.



## PUBLICIZING KNIVES IN THE UNITED KINGDOM

DIVULGACIÓN DE CUCHILLOS  
EN EL REINO UNIDO

To consolidate its line of forged knives, Tramontina has been investing in campaigns in the United Kingdom related to the Century line. Their main distinguishing feature is the great cost-benefit relationship. In partnership with importer Artis, ten items were selected to be distributed in this market. One of the initiatives was the setup of displays shaped as magnetic booths, as well as distribution of samples and training sales assistants. Among the publicity actions, Tramontina presented 48 of the country's chefs with personalized knives.

Para consolidar su línea de cuchillos forjados, Tramontina viene invirtiendo en el Reino Unido en acciones relativas a la línea Century, cuyo diferencial es la excelente relación costo/beneficio. Junto al importador Artis, se seleccionaron diez artículos para distribuirse en ese mercado. Una de las iniciativas fue la instalación de displays en forma de cabinas magnéticas, además de la distribución de muestras y la realización de entrenamientos con los revendedores. Entre las acciones de divulgación, Tramontina regaló cuchillos personalizados a 48 chefs del país.

RECIPES VIDEOS  
FOR THE  
**CHINESES**

VÍDEOS CON RECETAS PARA CHINOS

杏蒙蒂纳  
TRAMONTINA



The e-commerce is the main point of contact between Tramontina and consumers in China. To strengthen this relationship, twenty online videos were produced, encouraging the Chinese to prepare recipes with the brand's non-stick products.

E-commerce es el principal punto de contacto de los consumidores de China con Tramontina. Para reforzar ese vínculo, se produjeron 20 videos online, estimulando a los chinos a preparar recetas con los productos antiadherentes de la marca.

# PROMOTING THE BRAND IN SINGAPORE

## DIVULGACIÓN DE LA MARCA EN SINGAPUR



Some marketing activations encouraging the relationship with clients were promoted in Singapore. One of them was having chefs working in stores, preparing recipes, and promoting the Lyon 360° pan. Another highlight was an advertisement in a local newspaper to communicate to consumers that the products were available in these stores.

Algunas acciones incentivando la relación con los clientes se promovieron en Singapur. Una de ellas fue la actuación de chefs que prepararon recetas y divulgaron la olla Lyon 360° en las tiendas. Otra acción importante fue el anuncio en un diario local para comunicarles a los consumidores que los productos estaban disponibles en esas mismas tiendas.

## DESIGN AT EDUCATION'S SERVICE DISEÑO AL SERVICIO DE LA EDUCACIÓN

One of the most important education institutions in Papua New Guinea chose Tramontina to complement its new building design. The Institute of Business Studies (IBS), which has recently become a university, was looking for good quality, long-lasting, modern-looking furniture. IBS chose 4,000 colored chairs from the Oca, Clarice, Grace, and Cupe lines, which were stickered with the university's logo and placed according to the need of each of their spaces. The search for furniture with an ideal design, suitable for learning, and that encourages interaction between people had never been seen before in the Oceanian countries countries. Tramontina is very proud to be part of this new moment.

Una de las instituciones de enseñanza más importantes de Papúa Nueva Guinea eligió a Tramontina para complementar el diseño de su nuevo edificio. El Institute of Business Studies (IBS), que recientemente se convirtió en universidad, buscaba muebles de calidad, que tuvieran buena durabilidad y contasen con un toque de modernidad. La institución optó por 4 mil sillas de colores de las líneas Oca, Clarice, Grace y Cupe, que se personalizaron con adhesivos con el logo de la universidad y se ubicaron de acuerdo a la necesidad de cada ambiente. La búsqueda por muebles con un diseño ideal, dirigido a la enseñanza y que estimule la interacción entre las personas es algo inaudito en países de Oceanía. Tramontina está muy orgullosa de formar parte de ese nuevo momento.



# STAINLESS STEEL SINKS NOW IN THE AUSTRALIAN MARKET

## PILETAS DE ACERO INOXIDABLE AHORA EN EL MERCADO AUSTRALIANO

Tramontina seized the opportunity and took its first steps in the Australian market with the stainless steel sink lines. The main products in the category are already available at the Harvey Norman stores, an important chain of department stores in the country. This achievement was made possible thanks to the partnership with Linsol.

Tramontina aprovechó la oportunidad y dio los primeros pasos en el mercado australiano con las líneas de fregaderos de acero inoxidable. Los principales productos de la categoría ya están disponibles en las tiendas Harvey Norman, importante red de departamentos del país. La conquista fue posible gracias al apoyo del partner Linsol.

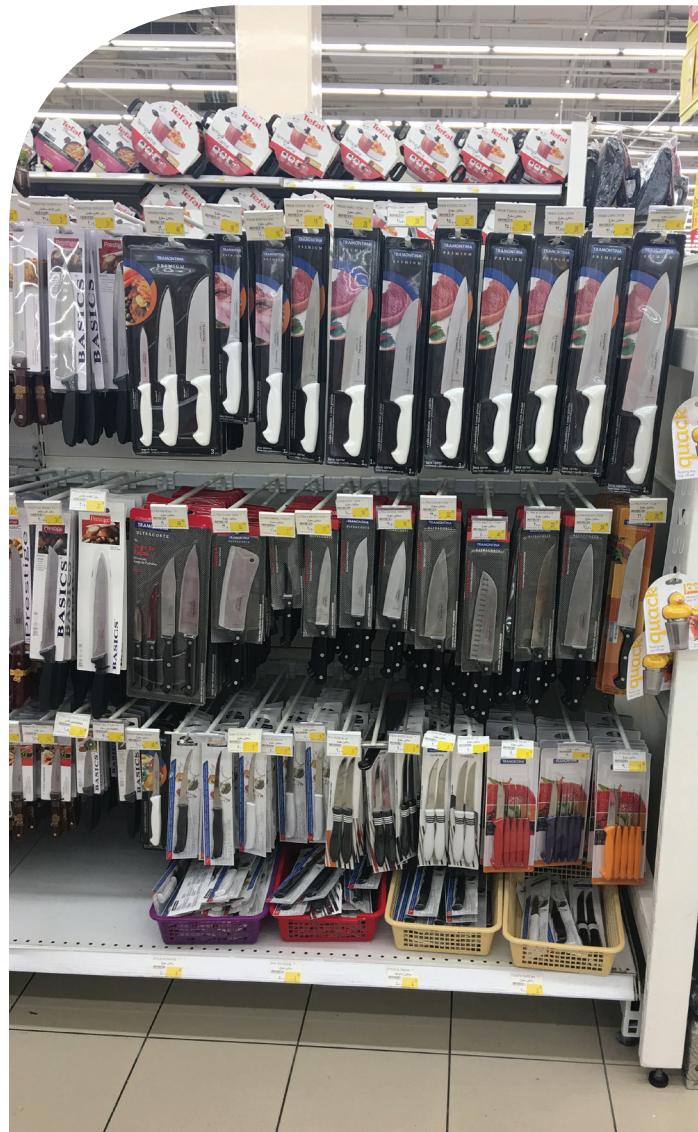


## ENTRY INTO CARREFOUR IN THE UNITED ARAB EMIRATES

### ENTRADA EN CARREFOUR DE EMIRATOS ÁRABES

One important novelty in the UAE: Tramontina is now present in the country's Carrefour Megastores. It followed a long negotiation which began with the Premium, Ultracorte, Diamant, and Cor&Cor lines of knives in the stores. Now there are over 40 products available at this large retailer, as well as items promoted in seasonal campaigns. Carrefour has over 19 megastores and 28 supermarkets in the area. One of its stores, located in one of the main commercial centers of the country, Mall of the Emirates, has one of the largest revenues of the chain in the world.

Una importante novedad en los Emiratos Árabes: Tramontina ahora está presente en los hipermercados Carrefour del país. Fue una larga negociación que comenzó con las líneas de cuchillos Premium, Ultracorte, Diamant y Cor&Cor en las tiendas. Hoy son más de 40 productos disponibles en ese gran minorista – además de artículos que se promueven en campañas de temporada. Carrefour tiene más de 19 hipermercados y 28 supermercados en la región. Una de sus tiendas, ubicada en uno de los principales centros comerciales del país, el Mall of the Emirates, tiene una de las mayores facturaciones de la red en el mundo.



# EXPLORING

AND GOING FURTHER

EXPLORAR E IR CADA VEZ MÁS LEJOS

In the past three years, Tramontina has gained territory and arrived at places that had never been visited before. Tramontina Australia won new markets in Samoa, the Solomon Islands, New Caledonia, Vanuatu, Tonga, the Cook Islands, Guam, the Northern Mariana Islands, Fiji, Niue, Tokelau, the Federated States of Micronesia, the Marshall Islands, French Polynesia, and Palau. And in Asia, Laos, Cambodia, and Bangladesh are the new countries served on the continent. Among the main products sold in Asia are the Paris, Versalhes, Ventura and Professional cookware lines; Plenus and Century knives.

**E**n los últimos tres años, Tramontina ganó territorios y llegó a lugares que todavía no habían sido visitados. Tramontina Australia conquistó nuevos mercados como Samoa, Islas Salomón, Nueva Caledonia, Vanuatu, Tonga, Cook Islands, Guam, Islas Mariana del Norte, Fiji, Niue, Tokelau, Estados Federados de Micronesia, Islas Marshall, Polinesia Francesa y Palau. Y, en Asia, Laos, Camboya y Bangladesh son los nuevos países atendidos en el continente. Entre los principales productos comercializados en Asia están las líneas de ollas Paris, Versalhes, Ventura, Professional y cuchillos Plenus y Century.

# PROJECT TO REBUILD AND EXPAND THE OFFICE IN TUSA & TUSC

PROYECTO DE RECONSTRUCCIÓN Y EXPANSIÓN DE LA OFICINA EN TUSA & TUSC

The expansion and rebuilding of the operations in the United States were amongst Tramontina's most important achievements in the external market in 2017, bringing new possibilities for employees and clients. Check out the highlights below.

*L*a expansión y la reconstrucción de las operaciones en Estados Unidos estuvieron entre las conquistas más importantes de Tramontina en el mercado externo, en el 2017, trayendo nuevas posibilidades para empleados y clientes.

## A MORE MODERN TUSC TUSC MÁS MODERNA

**S**eptember was also the month of completion of the works that expanded TUSC's area in Manitowoc, Wisconsin, making it 8,600 m<sup>2</sup>. The offices got bigger and were renovated. What's more, the company also opened a quality control area, showroom, and product laboratories. The parking lot was expanded, and employees now have their own cafeteria.

**S**eptiembre también marcó la conclusión de las obras que expandieron el área de TUSC en Manitowoc, Wisconsin, en 8,6 mil m<sup>2</sup>. Las oficinas crecieron y se remodelaron. Además, la empresa inauguró un área de control de calidad, laboratorios de productos y showroom. El estacionamiento se amplió y los empleados ahora cuentan con una cafetería propia.

TRAMONTINA USA, INC. INNOVATING EXPLORING HISTORY REGISTRATION

ENGLISH

WHERE TO BUY

CONTACT US

SEARCH

TRAMONTINA

COOKING

PREPPING

SERVING

LIVING

### Made in the USA

Manufacturing cookware with integrity and excellence

EXPLORE

### READY FOR E-COMMERCE

PREPARADA PARA EL E-COMERCIO

TRAMONTINA TODAY N° 37

TT

84

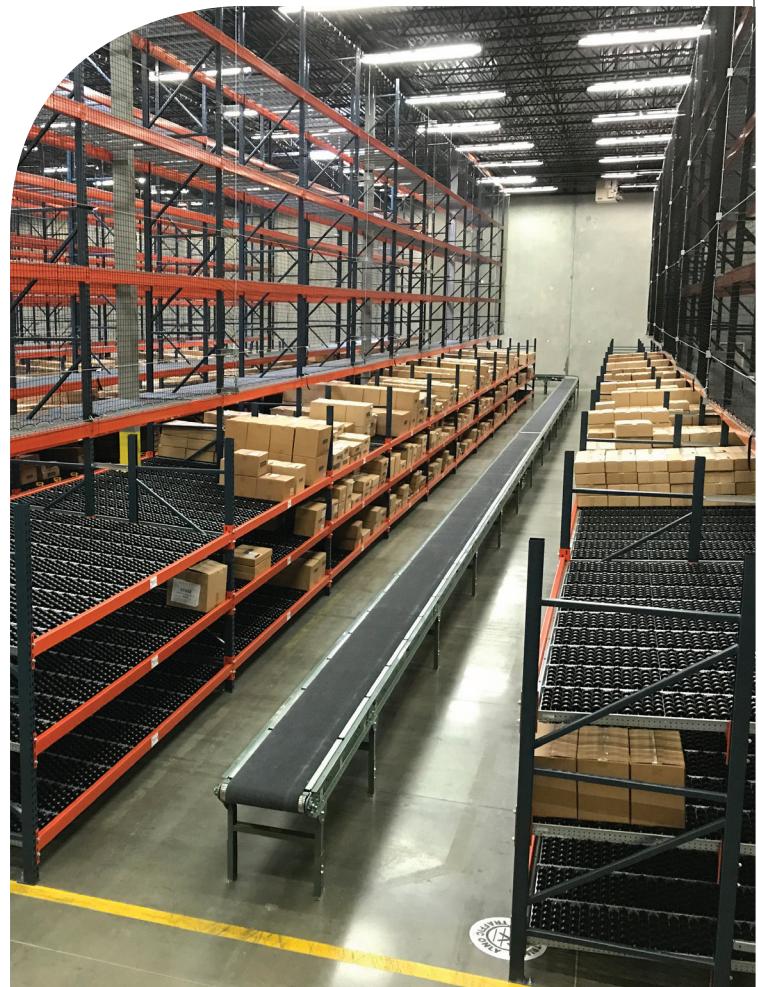
**T**he investments in e-commerce operations in the United States were also a highlight in 2017. In September, Tramontina USA (TUSA) launched a new website: tramontina-usa.com. The mission: to improve the Tramontina brand, its corporate identity, and online presence. The website also offers an electronic catalog with technical specifications, records of items, and guidelines for consumers, all illustrated with pictures that help enhance the browsing experience.

*L*as inversiones en las operaciones de e-commerce en Estados Unidos también se destacaron en el 2017. En septiembre, Tramontina USA (TUSA) lanzó un nuevo sitio: tramontina-usa.com. Su misión: mejorar la marca Tramontina, su identidad corporativa y su presencia en línea. El sitio también ofrece un catálogo electrónico con especificaciones técnicas, registro de artículos y orientaciones para el consumidor – todo ilustrado con fotografías que ayudan a enriquecer la experiencia de navegación.

## RENOVATED TUSA TUSA REMODELADA

Since September 2017, the TUSA corporate office has been undergoing a large-scale rebuilding and renovation project. The aim is to repair damages caused by the 2015 flood that hit many cities in Texas, including Sugar Land, where the unit is located. The meeting rooms, photography rooms, and graphic design rooms will be expanded, and the quality control labs will be improved. In addition, TUSA will also feature a home store and a help desk for consumers.

*D*esde septiembre, la oficina corporativa de TUSA pasa por un amplio proyecto de reconstrucción y remodelación. El objetivo es reparar los daños causados por las inundaciones que, en el 2015, afectaron varias ciudades de Texas – entre ellas, Sugar Land, donde estaba instalada la unidad. Las salas de reuniones con clientes, de fotografía y de diseño gráfico se ampliarán y los laboratorios de calidad, se mejorarán. Además, TUSA pasará a contar con una home store y una help desk para consumidores.





# QUALIFICATION AND SUSTAINABILITY

## CUALIFICACIÓN Y SOSTENIBILIDAD

AT TRAMONTINA, THINKING ABOUT SUSTAINABILITY MEANS THINKING ABOUT PEOPLE. AFTER ALL, IT IS SATISFIED AND MOTIVATED PROFESSIONALS THAT MAKE THE BUSINESS HAPPEN EVERY DAY. ONE OF THE WAYS OF ENGAGING PEOPLE IS PARTING FROM THE SEARCH FOR CAREER PROGRESSION.

EN TRAMONTINA, PENSAR EN SOSTENIBILIDAD ES PENSAR EN LAS PERSONAS. AL FIN DE CUENTAS, SON PROFESIONALES SATISFECHOS Y MOTIVADOS LOS QUE HACEN QUE EL NEGOCIO SE CONCRETE TODOS LOS DÍAS. UNA DE LAS FORMAS DE INVOLUCRAR A LAS PERSONAS ES A PARTIR DE LA BÚSQUEDA DEL CRECIMIENTO EN LA CARRERA.

### TRAINING CAPACITACIONES



150.961

HOURS OF TRAINING  
IN THE YEAR  
HORAS DE CAPACITACIÓN  
AL AÑO



21,8

AVERAGE TRAINING  
HOURS PER  
EMPLOYEE/YEAR  
PROMEDIO DE HORAS  
DE CAPACITACIÓN POR  
EMPLEADO/AÑO

### FOCUS OF TRAINING FOCO DE LAS CAPACITACIONES

PERSONAL DEVELOPMENT  
DESARROLLO PERSONAL

DIVERSITY / DIVERSIDAD

FINANCIAL EDUCATION  
EDUCACIÓN FINANCIERA

INDUSTRIAL AND ENVIRONMENTAL MANAGEMENT  
GESTIÓN INDUSTRIAL Y AMBIENTAL

LANGUAGES / IDIOMAS

LAW / LEGISLACIÓN

LEADERSHIP IN PEOPLE MANAGEMENT  
LIDERAZGO DE GESTIÓN DE PERSONAS

MBA

QUALITY OF LIFE / CALIDAD DE VIDA

HEALTH AND SAFETY AT WORK  
SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO



# TRAINABILITY

TO ENSURE THE EMPLOYEES ARE PREPARED FOR INTERNAL OPPORTUNITIES, TRAMONTINA INVESTS IN TRAINING VIA TALKS, COURSES, WORKSHOPS, AND VISITS. THE RESULT IS A TRUSTWORTHY AND ENGAGED ENVIRONMENT, WHICH MAKES PEOPLE WANT TO STAY WITH THE COMPANY AND GROW WITH IT.

PARA GARANTIZAR QUE LOS EMPLEADOS ESTÉN PREPARADOS PARA LAS OPORTUNIDADES INTERNAS, TRAMONTINA INVIERTE EN CAPACITACIÓN, YA SEA EN CHARLAS, CURSOS, TALLERES, VISITAS Y ENTRENAMIENTOS. EL RESULTADO DE ESO ES UN AMBIENTE DE CONFIANZA Y COMPROMISO QUE HACE QUE LAS PERSONAS PERMANEZCAN EN LA EMPRESA – Y CREZCAN CON ELLA.

## DEGREE OF INSTRUCTION GRADO DE INSTRUCCIÓN

| UNIVERSITY<br>DEGREE<br>SUPERIOR<br>COMPLETO | INCOMPLETE<br>UNIVERSITY<br>DEGREE<br>SUPERIOR<br>INCOMPLETO | HIGH SCHOOL<br>DIPLOMA<br>ENSEÑANZA<br>SECUNDARIA<br>COMPLETA | INCOMPLETE HIGH<br>SCHOOL DIPLOMA<br>ENSEÑANZA<br>SECUNDARIA<br>INCOMPLETA | PRIMARY<br>EDUCATION<br>ENSEÑANZA<br>PRIMARIA |
|--|--|---|--|---|
|--|--|---|--|---|

12,6% 18,5% 41,6% 10,1% 17,2%



## MOST POPULAR UNDERGRADUATE COURSES WITH EMPLOYEES CURSOS DE GRADUACIÓN MÁS FRECUENTADOS POR LOS EMPLEADOS

1<sup>ST</sup> BUSINESS MANAGEMENT  
1<sup>ER</sup>. ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

4<sup>TH</sup> PRODUCTION ENGINEERING  
4<sup>º</sup> INGENIERÍA DE PRODUCCIÓN

2<sup>ND</sup> MECHANICAL ENGINEERING  
2<sup>º</sup> INGENIERÍA MECÁNICA

5<sup>TH</sup> HUMAN RESOURCES  
5<sup>º</sup> RECURSOS HUMANOS

3<sup>RD</sup> ACCOUNTING  
3<sup>ER</sup>. CIENCIAS CONTABLES

6<sup>TH</sup> ELECTRICAL ENGINEERING  
6<sup>º</sup> INGENIERÍA ELÉCTRICA

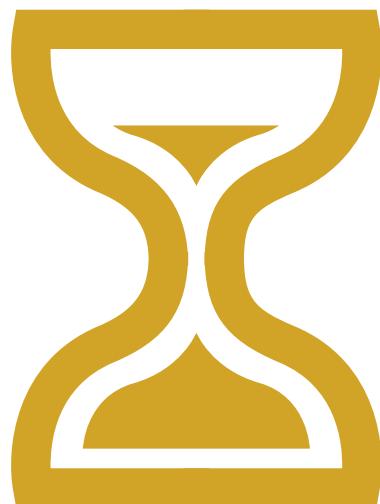
7<sup>TH</sup> INTERNATIONAL TRADE  
7<sup>º</sup> COMERCIO INTERNACIONAL

**PROFILE OF  
TRAMONTINA  
EMPLOYEES**  
**PERFIL DE LOS  
EMPLEADOS DE  
TRAMONTINA**

**GENDER  
GÉNERO**



**AGE RANGE  
EDAD**



|  |  |  |
|--|--|--|
| UP TO 20<br>YEARS OLD<br>HASTA 20 AÑOS   | 21 TO 30<br>YEARS OLD<br>DE 21 A 30 AÑOS | 31 TO 40<br>YEARS OLD<br>DE 31 A 40 AÑOS |
|  |  | 9,2% 32,8% 29,6%                         |
| 41 TO 50<br>YEARS OLD<br>DE 41 A 50 AÑOS | OVER 51<br>YEARS OLD<br>MÁS DE 51 AÑOS   | 19,7% 8,7%                               |

**AVERAGE AGE  
PROMEDIO DE EDAD**



**TIME IN THE COMPANY  
TIEMPO DE EMPRESA**

- UP TO 4 YEARS - 34%  
HASTA 4 AÑOS
- 5 TO 9 YEARS - 26,4%  
DE 5 A 9 AÑOS
- 10 TO 14 YEARS - 10%  
DE 10 A 14 AÑOS
- OVER 15 YEARS - 29,6%  
MÁS DE 15 AÑOS

NUMBER OF  
EMPLOYEES  
ABROAD  
Nº DE EMPLEADOS  
EN EL EXTERIOR

853

NUMBER OF  
EMPLOYEES  
IN BRAZIL  
Nº DE EMPLEADOS  
EN BRASIL

7.473

# ENVIRONMENTAL

BEHAVIOR

CONDUCTA AMBIENTAL

Respect for the environment is present in each of Tramontina's actions. Year after year, the company maintains the commitment to grow based on attitudes that preserve the planet. One such example is the Environmental Committee. For three years, this group has been gathering the best sustainability practices of each factory and sharing them with representatives of each unit. Initiatives such as adopting an exclusive visual identity for the Environmental Management and educational campaigns aimed at raising awareness have been proving that it is possible to evolve from experiences inside the company. The Environmental Behavior Manual, which established standards for environment-related practices and consolidated exclusive guidelines for Tramontina and Forjasul, is fruit of this work.

## Manual de Conducta Ambiental

Elaborado pelo Comitê Ambiental da Tramontina, para alinhar a conduta da Gestão Ambiental das unidades da empresa.



TRAMONTINA  
O prazer de fazer bonito.

El respeto por el medioambiente está presente en cada acción de Tramontina. El año pasado, la empresa mantuvo el compromiso de crecer con base en actitudes que preserven el planeta. Un ejemplo de eso es el Comité Ambiental: hace tres años, ese grupo reúne las mejores experiencias de sostenibilidad de cada fábrica y las comparte con los representantes de cada unidad. Iniciativas como la adopción de una identidad visual única para la gestión ambiental y acciones de educación destinadas a la concientización han probado que es posible evolucionar a partir de vivencias dentro de la empresa. El Manual de Conducta Ambiental, que estableció los estándares para las prácticas relacionadas al medioambiente y consolidó directrices únicas para Tramontina y Forjasul es fruto de ese trabajo.

## RETURN PACKAGING

EMBALAJE QUE VA Y VUELVE

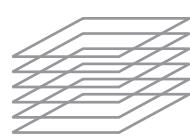
Reducing the generation of residues is one of Tramontina's commitments to preserve the environment. That is the reason why Tramontina TEEC adopted a new packaging system\*. Made in polypropylene, this packaging can be reused, which prevents the consumption of over 8,000 cardboard boxes per year. In addition to the environmental benefit, the initiative also provides a reduction of costs related to the production chain of the boxes.

Reducir la generación de residuos es uno de los compromisos de Tramontina para preservar el medioambiente. No fue por menos que Tramontina TEEC adoptó un nuevo sistema de embalajes\*. Hechos de polipropileno, se pueden reutilizar, lo que evita el consumo de más de 8 mil cajas de cartón por año. Además del beneficio ambiental, la iniciativa también proporciona una reducción de costos relacionada a la cadena productiva de las cajas.



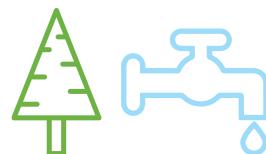
\*Packaging for transporting components used in the manufacturing of trash bins and cooktops.

\*Embalajes para transporte de los componentes utilizados en la fabricación de los basureros y cooktops.



NOW THE COMPANY NO LONGER PRODUCES 100m<sup>3</sup> OF WASTE PER YEAR.

AHORA, LA EMPRESA DEJÓ DE PRODUCIR 100 m<sup>3</sup> DE RESIDUOS POR AÑO.



THIS MEANS THAT 14m<sup>3</sup> OF WOOD AND 1,845m<sup>3</sup> OF WATER ARE PRESERVED IN THIS PERIOD.

ESO SIGNIFICA QUE SE PRESERVAN 14 m<sup>3</sup> DE MADERA Y 1.845 m<sup>3</sup> DE AGUA EN EL PERÍODO.



THE ENERGY SAVINGS ARE UP TO 1348.97 KWH PER YEAR.

EL AHORRO DE ENERGÍA LLEGA A 1.348,97 KW/h POR AÑO.

# LESS EFFLUENTS TO TREAT

MENOS EFLUENTES PARA TRATAR



Tramontina Farroupilha has modernized its internal processes to reduce the environmental impact of the cutlery factory. Now the fluid used in the vibrating machines in the stamping section to remove burrs and finish the pieces is sent to a storage tank and is partially reused. This process had already been implemented in the vibrating machine in the polishing section. To do that, a series of tests was necessary until the adaptation was found, since the equipment is more sensitive to variations. It was worth it. The result was a reduction of 1,306 liters per hour of liquids sent to the Effluents Treatment Station, which represents 5.8% in the total volume of effluents treated daily. This also represents savings in clean water, chemical products, and energy for pumping and treatment.

Tramontina Farroupilha modernizó sus procesos internos para reducir los impactos ambientales de la fábrica de cubiertos. Ahora, el líquido usado en las vibradoras del sector de estampado para retirar las rebarbas y darle terminación a las piezas se envía a un tanque de almacenamiento donde se reaprovecha parcialmente. Ese proceso ya se hacía en la vibradora de pulido. Para eso, hubo que hacer una serie de ensayos hasta llegar a la adaptación, ya que el equipo es más sensible a variaciones. Valió la pena: el resultado fue la reducción de 1.036 litros por hora en el envío de líquidos a la Estación de Tratamiento de Efluentes – lo que representa 5,8% del volumen total de efluentes tratados diariamente. Además, también se ahorra agua limpia, productos químicos y energía en el bombeo y tratamiento.



## A CLAD SYSTEM FOR THE WATER USED FOR COOLING

SISTEMA CERRADO PARA EL AGUA USADA EN LA REFRIGERACIÓN

**A** series of initiatives has been prepared so Tramontina TEEC can reach the target of using only rainwater for industrial processes and toilets. The first stage of this plan was completed with the implementation of a clad system for the circulation of the water used for cooling the equipment. This system prevents loss of water due to evaporation. In addition, it is more stable and safer, since the water is insulated and does not come into contact with any source of contamination. Finally, it is easier to control the flow and temperature of the water.

**S**e vienen preparando una serie de iniciativas para que Tramontina TEEC alcance la meta de usar solamente agua de lluvia en los procesos industriales y en los baños. La primera etapa de ese plan se concluyó con la implementación de un sistema cerrado para la circulación de agua en la refrigeración de los equipos. El sistema evita el desperdicio de agua por evaporación. Además, se hace más estable y seguro – ya que el agua queda aislada y no entra en contacto con ninguna fuente de contaminación. Para completar, se puede controlar mejor el caudal y la temperatura del agua.



SPACES FOR

TRA  
T  
M  
R  
G

#### **ESPACIOS DE CRECIMIENTO**

BEING PRESENT AT THE MOST IMPORTANT TRADE FAIRS IN THE WORLD IS A REWARDING COMMITMENT FOR TRAMONTINA. THE EVENTS EXPAND THE CONTACT AREAS AND GENERATE NEW OPPORTUNITIES FOR UPDATES WITH THE MARKETS, GROWTH, AND INNOVATION. A CYCLE THAT GETS RENEWED WITH EVERY EDITION.

*ESTAR PRESENTE EN LAS FERIAS MÁS IMPORTANTES DE NEGOCIOS DEL MUNDO ES UN COMPROMISO GRATIFICANTE PARA TRAMONTINA. LOS EVENTOS AMPLÍAN LAS ÁREAS DE CONTACTO Y GENERAN NUEVAS OPORTUNIDADES DE ACTUALIZACIÓN CON LOS MERCADOS, CRECIMIENTO E INNOVACIÓN. UN CICLO QUE SE RENUEVA EN CADA EDICIÓN.*



**February/Febrero**

Spring Fair: from/de 5 to/a 9 - Birmingham, United Kingdom/Reino Unido  
AIS Spring: from/de 10 to/a 14 - Solihull, United Kingdom/Reino Unido  
Ambiente Fair: from/de 10 to/a 14 - Frankfurt, Germany/Alemania  
Gift Fair: from/de 12 to/a 15 - São Paulo, Brazil/Brasil

**March/Marzo**

Expo Revestir: from/de 7 to/a 10 - São Paulo, Brazil/Brasil  
International Home + Houseware Show: from/de 18 to/a 21 - Chicago, USA / EE.UU.

**April/Abril**

Automec: from/de 25 to/a 29 - São Paulo, Brazil/Brasil

**May/Mayo**

Hostex: from/de 3 to/a 5 - Johannesburg, South Africa/Sudáfrica  
Expomafe: from/de 9 to/a 13 - São Paulo, Brazil/Brasil  
Expoconstrucción y Expodiseño 2017: from/de 16 to/a 21 - Bogotá, Colombia  
The Royal Show: from May 26<sup>th</sup> to June 4<sup>th</sup> / de 26 de mayo a 4 de junio - Pietermaritzburg, South Africa/Sudáfrica

**June/Junio**

Fispal Food Service: de 6 to/a 9 - São Paulo, Brazil/Brasil  
Exclusively Housewares: 13 and/y 14 - London, United Kingdom/Reino Unido



Expo Revestir - São Paulo, Brazil/Brasil

**July/Julio**

Solex: from/de 11 to/a 13 -  
Birmingham, United Kingdom/Reino Unido

**August/Agosto**

AIS Autumn: from/de 15 to/a 17 - Solihull,  
United Kingdom/Reino Unido

**September/Septiembre**

Spoga: from/de 3 to/a 5 - Colonia, Germany/Alemania  
Expo Ferretera de Guadalajara: from/de 7 to/a 9 - Guadalajara, Mexico/México



International Home + Houseware Show - Chicago, USA / EE.UU.



Expomafe - São Paulo, Brazil/Brasil

**October/Octubre**

Expo Edifica: from/de 4 to/a 7 - Santiago, Chile  
 Expocruz: from September 22<sup>nd</sup> to October 1<sup>st</sup> / de 22 de septiembre  
 a 1<sup>er</sup> de octubre - Santa Cruz de la Sierra, Bolivia

**November/Novembro**

The Big 5: from/de 26 to/a 29 - Dubai, UAE/EAU



Gift Fair - São Paulo, Brazil/Brasil



The Royal Show - Pietermaritzburg, South Africa/Sudáfrica

# DOING FOR THE WORLD

HACER PARA EL MUNDO

**W**IDE AND DIVERSIFIED, THE COMMERCIAL STRUCTURE REPRESENTS A FUNDAMENTAL INTERFACE BETWEEN TRAMONTINA AND ALL THE MARKETS WHERE IT IS ACTIVE. THE COMPANY'S DISTRIBUTION CENTERS AND SALES OFFICES EXPAND THE BRAND'S PRESENCE AND PLACE OVER 18,000 PRODUCTS WITHIN REACH OF ANY CLIENT, ANYWHERE IN THE WORLD.

**A**MPLIA Y DIVERSIFICADA, LA ESTRUCTURA COMERCIAL REPRESENTA UNA INTERFAZ FUNDAMENTAL DE TRAMONTINA CON TODOS LOS MERCADOS EN LOS QUE ACTÚA. SUS CENTROS DE DISTRIBUCIÓN Y OFICINAS COMERCIALES EXPANDEN LA PRESENCIA DE LA MARCA Y COLOCAN MÁS DE 18 MIL PRODUCTOS AL ALCANCE DE CUALQUIER CLIENTE, EN CUALQUIER LUGAR DEL MUNDO.

## TRAMONTINA BRAZIL/BRASIL

DISTRIBUTION CENTERS  
CENTROS DE DISTRIBUCIÓN

### Tramontina Sul S.A.

Carlos Barbosa/Rio Grande do Sul  
+55 (54) 3461 7700

### Tramontina Sudeste S.A.

Barueri/São Paulo  
+55 (11) 4197 1266

### Tramontina Planalto S.A.

Goiânia/Goiás  
+55 (62) 3272 2100

### Tramontina Nordeste S.A.

Simões Filho/Bahia  
+55 (71) 3215 8266

### Tramontina Norte S.A.

Belém/Pará  
+55 (91) 4009 7700

REGIONAL SALES OFFICES  
OFICINAS REGIONALES DE VENTAS

### Tramontina Sul S.A.

Subsidiary/ Sucursal Porto Alegre  
Porto Alegre/Rio Grande do Sul  
+55 (51) 2101 5000

### Tramontina Sul S.A.

Subsidiary/ Sucursal Curitiba  
Curitiba/Paraná  
+55 (41) 2111 9110

### Tramontina Sudeste S.A.

Subsidiary/ Sucursal RJ  
Rio de Janeiro/Rio de Janeiro  
+55 (21) 2224 5004

### Tramontina Sudeste S.A.

Subsidiary/ Sucursal BH  
Belo Horizonte/Minas Gerais  
+55 (31) 3223 4026

### Tramontina Recife S.A.

Recife/Pernambuco  
+55 (81) 3128 5500

CENTRAL OFFICES AND SERVICES  
OFICINAS CENTRALES Y SERVICIOS

### Carlos Barbosa Head Office

Central de Administración Carlos Barbosa  
Rio Grande do Sul  
+55 (54) 3461 8000

### Porto Alegre Head Office

Central de Administración Porto Alegre  
Porto Alegre/Rio Grande do Sul  
+55 (51) 3079 7700

### Customer Service - SAC

Servicio de Atención al Consumidor - SAC  
Carlos Barbosa/Rio Grande do Sul  
+55 (54) 3433 2800

### Employees Association - ATF

Asociación de Empleados - ATF  
Carlos Barbosa/Rio Grande do Sul  
+55 (54) 3461 8064

### TramontinaPrev

Carlos Barbosa/Rio Grande do Sul  
+55 (54) 3461 8009

# TRAMONTINA INTERNATIONAL

## TRAMONTINA INTERNACIONAL

Tramontina Africa (PTY) LTD  
(TGRAF)  
Johannesburg/Joanesburgo –  
South Africa/Sudáfrica  
+ 27 (11) 300 9500

Tramontina Caribe SA  
(TCARIBE)  
Panama City/Cidade do Panamá –  
Panama/República de Panamá  
+ 507 309 9507

Tramontina de Chile S.A.  
(TCHILE)  
Santiago – Chile  
+ 56 (2) 2676 5000

Tramontina de Colombia S A S  
(TECOL)  
Bogota – Colombia  
+ 57 (1) 623 4500

Tramontina del Ecuador S.A.  
(TECUADOR)  
Guayaquil – Ecuador  
+ (5934) 545 1794

Tramontina del Peru S. A. C.  
(TPERU)  
Lima – Peru/Perú  
+ 51 (1) 421 2135

Tramontina de México S.A.  
de C.V. (TEMEX)  
Huixquilucan – Mexico/México  
+ 52 (55) 5950 0470

Tramontina Design &  
Services, Inc. (TDS)  
Texas – USA/EE.UU.  
+ 1 (281) 340 8400

Tramontina Germany GmbH  
(TGERMANY)  
Cologne/Colonia –  
Germany/Alemania  
+ 49 (221) 7789 991-0

Tramontina Singapore PTE LTD.  
(TRASING)  
Singapore/Singapur  
+ 65 6635 6264

Tramontina UAE LLC  
(TDUBAI)  
Dubai – UAE/EAU  
+ 971 (4) 450 4301

Tramontina United Kingdom Ltd. (TUK)  
London/Londres – England/Inglaterra  
+ 44 (0) 20 3176 4558

Tramontina USA, Inc.  
(TUSA)  
Texas – USA/EE.UU.  
+ 1 (281) 340 8400

Tramontina U.S. Cookware, Inc. (TUSC)  
Wisconsin – USA/EE.UU.  
+ 1 (281) 340 8400

Tramontina West Africa Ltd.  
(TNIGERIA)  
Lagos – Nigeria  
+ (234) 80 6610 2977

TRAS Marketing & Sales PTY Ltd.  
(TRAS)  
Sidney - Australia  
+ 61 2 96741799

TUSA-HK LTD Guangzhou  
Representative Office  
(TUSA HK)  
Guangzhou – China  
+ (86 20) 3879 9701

# INDUSTRIAL PARK

**T**RAMONTINA'S HISTORY OF OVER 106 YEARS IS PASSED DOWN IN EACH OF THE BRAND'S FACTORIES. THE UNITS MANUFACTURE OVER 18,000 PRODUCTS, AN OPPORTUNITY FOR OVER 8,000 EMPLOYEES TO HELP CLIENTS TO DO BEAUTIFULLY WELL IN THE MARKET.

**L**A HISTORIA DE MÁS DE 106 AÑOS DE TRAMONTINA PASA EN CADA FÁBRICA DE LA MARCA. EN ELLAS SE FABRICAN MÁS DE 18 MIL PRODUCTOS, HACIENDO POSIBLE QUE LOS MÁS DE 8 MIL EMPLEADOS AYUDEN A LOS CLIENTES A LUCIRSE EN EL MERCADO.



## 1911

**Carlos Barbosa/Rio Grande do Sul**  
266.000 m<sup>2</sup>  
2.760 employees/empleados



## TRAMONTINA CUTELARIA

Kitchen, professional, and sports knives, kitchen utensils, cutlery for daily use, pans, frying pans, baking trays and tins, scissors, plastic containers, a children's line, and a complete line of barbecue products and accessories.

*Cuchillos de cocina, profesionales y deportivos, utensilios de cocina, cubiertos de uso diario, ollas, sartenes, moldes y asaderas, tijeras, potes plásticos, una línea infantil y una línea completa de productos y accesorios para asado.*



## FORJASUL CANOAS

Bench vises, axes, sledgehammers, custom-forged hooks to lift cargo, and electro-technical hardware for transmission lines, high and extra-high tension substations, and overhead electricity distribution networks.

*Morsas, hachas, mazas, ganchos de elevación de cargas, productos forjados por encargo y herramientas electrotécnicas para líneas de transmisión y subestaciones de alta y extra alta tensión y para redes aéreas de distribución de energía eléctrica.*

## 1959

**Canoas/Rio Grande do Sul**  
24.849 m<sup>2</sup>  
190 employees/empleados





# 1963

Garibaldi/Rio Grande do Sul  
80.000 m<sup>2</sup>  
700 employees/empleados



## TRAMONTINA GARIBALDI

Industrial tools and metal organizers for the industrial and automotive sectors, professional tools for civil construction, and hand tools for domestic use.

*Herramientas industriales y organizadores metálicos para el sector industrial y automotriz, herramientas profesionales para la construcción civil y herramientas manuales de uso doméstico.*



## TRAMONTINA FARROUPILHA

Pans, cutlery, and a complete stainless steel line of serving items, professional kitchens, and appliances.

*Ollas, cubiertos y una línea completa para servir de acero inoxidable, cocinas profesionales y electro portátiles.*

# 1971

Farroupilha/ Rio Grande do Sul  
104.680 m<sup>2</sup>  
700 employees/empleados



## TRAMONTINA ELETRIK

Outlets, switches, circuit breakers, showers, extension cables, conduit boxes, accessories for conduits, weatherproof appliances, lighting fixtures, custom-made aluminum injection, and products for explosive atmospheres.

*Tomacorrientes, interruptores, disyuntores, duchas, extensiones, cajas de paso, accesorios para tuberías eléctricas, aparatos a prueba de intemperie, iluminación, inyección de aluminio bajo pedido y productos para atmósferas explosivas.*



## TRAMONTINA MULTI

Riding equipment; tools and equipment for gardening, agriculture, and civil construction.

*Equipos dirigibles, herramientas y equipos para jardinería, agricultura y construcción civil.*

# 1981

Carlos Barbosa/Rio Grande do Sul  
85.539 m<sup>2</sup>  
850 employees/empleados





## TRAMONTINA MADEIRAS

Ironing boards, trays, folding chair and table sets, shelving, stools, and clothes dryers.

Mesas de planchar, bandejas, juegos plegables, estantes, banquetas y tendedero.



## TRAMONTINA DELTA

Tables, chairs, toys, shelving units, vases, trash bins, organizer boxes, chests of drawers, and injected or roto-molded plastic armchairs.

Mesas, sillas, juguetes, estanterías, macetas, basureros, cajas organizadoras, cajoneras y sillones de plástico inyectado o rotomoldeados.

# 1986

Belém/Pará  
45.000 m<sup>2</sup>  
400 employees/empleados



## TRAMONTINA BELÉM

Wooden furniture for indoor and outdoor areas, domestic utilities, and tool handles.

Muebles de madera para interiores y exteriores, utilidades domésticas y mangos para herramientas.



# 1990

Encruzilhada do Sul/Rio Grande do Sul  
29.150 m<sup>2</sup>  
200 employees/empleados

# 1996

Carlos Barbosa/Rio Grande do Sul  
48.525 m<sup>2</sup>  
287 employees/empleados

## TRAMONTINA TEEC

Laundry sinks, sinks/basins, range hoods, cooktops, ovens, trash bins, planters, and accessories.

Lavaderos, fregaderos/cubetas, campanas, cooktops, hornos, basureros, cachepots y accesorios.



# 1998

Recife e Moreno/Pernambuco  
41.319 m<sup>2</sup>  
236 employees/empleados