



Inovando para construir melhor

O MERCADO

A Tigre S/A é uma empresa referência no mercado de tubos e conexões que completou 65 anos de operação em 2006. Seu crescimento constante, e mais acentuado nos últimos anos, se deu sempre através da inovação e da mais alta qualidade de seus produtos. Foi com esses diferenciais e com essa filosofia pioneira que a empresa expandiu-se no país e no exterior, com fábricas hoje instaladas em Rio Claro (SP), Indaiatuba (SP), Camaçari (BA), Castro (PR) e Joinville (SC). O processo de internacionalização da Tigre começou em 1977, pela América Latina, com a instalação da Tubopar no Paraguai. Hoje, a empresa possui centros operacionais em países como Argentina, Bolívia, Chile, Estados Unidos, Equador, Paraguai e Uruguai. Em 2007 a Tigre inaugura também uma nova fábrica em Pernambuco. Mais de 35 países comercializam os produtos da empresa, numa operação mundial que representa 20% de seu faturamento. Só nos últimos 10 anos, o crescimento da lucratividade da empresa foi de mais de 500%. Atualmente, a Tigre está presente em mais de 60 mil pontos-de-venda.

CONQUISTAS

A Empresa Mais Admirada do Brasil entre as Fabricantes de Materiais de Construção é a Tigre, de acordo com a 10ª edição da pesquisa CartaCapital, de outubro de 2007.

A líder é também a mais lembrada do setor: cresceu 11 pontos percentuais na pesquisa Top Of Mind do Datafolha em 2006, citada como principal marca de tubos e conexões por 80% dos consumidores.

Recebeu, também em 2006, o prêmio Falcão Bauer, na categoria novos materiais, e o



prêmio Finep de Inovação Tecnológica, reforçando o caráter inovador da marca.

O reconhecimento do mercado, e dos especialistas, também se dá nos setores de Responsabilidade Social, Meio Ambiente e Gestão de Pessoas. A eleição do presidente, F. Amaury Olsen, como Líder Empresarial do Fórum de Líderes da Gazeta Mercantil, reforça e justifica as constantes premiações recebidas pelo Grupo, em todos os setores em que atua.

HISTÓRIA

A história da Tigre começou em 1941, quando o empreendedor João Hansen Júnior adquiriu o controle de uma pequena fábrica

instalada em Joinville, Santa Catarina, que confeccionava pentes a partir de chifres de boi. Já no final dos anos 50, a fábrica começou a produção de tubos e conexões de PVC para instalações hidráulicas. Para muitos, na época parecia uma alternativa inadequada, já que não se imaginava o plástico como material substituto dos tubos de ferro galvanizado. Porém, com investimentos em pesquisa e em comunicação e marketing, a empresa conseguiu superar as resistências.

Na comemoração de todo o seu sucesso nestes 65 anos, a Tigre lançou um selo e um carimbo especial, hoje expostos no Museu Nacional de Carimbos em Brasília.

O PRODUTO

A Tigre produz uma das mais completas linhas de tubos, conexões e acessórios de PVC do mundo. São mais de 5.800 itens. Mantém ainda, permanentemente atualizado, um banco de idéias de novos produtos

e melhorias, com sugestões feitas por colaboradores, instaladores, profissionais, estudantes e consumidores.

A companhia está focada em produzir linhas completas de produtos. As soluções integrais em instalações prediais, infra-estrutura, irrigação e estética na obra surgem da vocação da Tigre





para identificar e antecipar-se às necessidades do cliente, procurando desenvolver sempre produtos para garantir a eficácia e a durabilidade de todo o sistema.

As soluções passam por ferramentas de pintura, sistemas completos de água fria, água quente, acessórios, drenagem, esgoto, eletricidade, telecomunicações e gás.

No setor de infra-estrutura, a Tigre desenvolve sistemas completos de distribuição de água; de coleta e condução de esgotos; drenagem pluvial e dutos para linhas de telecomunicações, energia e gás natural.

EVOLUÇÕES RECENTES

A partir da década de 90, em busca de maior agilidade e eficiência, a Tigre criou um Centro Operacional capaz de alinhar as suas unidades fabris e os Centros de Distribuição. Com essa inovação, a empresa passou a direcionar o seu foco para o mercado, centralizando todas as ações no cliente. Quando detectadas, as necessidades e demandas do mercado servem para ajustar a performance

do Centro Operacional. O resultado é mais produtividade e satisfação dos consumidores.

A Tigre ainda proporciona atividades de capacitação com base nas necessidades e demandas de funcionários, instaladores, revendedores, balconistas, arquitetos, engenheiros, especificadores. Um levantamento aponta para mais de 90 mil horas de treinamento por ano. Em 2007 a empresa lança uma nova edição do Manual Técnico Tigre – uma das mais completas fontes de informação para temas relacionados à hidráulica e também guia prático para execução das instalações prediais.

Por meio do Mundo Tigre, a empresa interage com mais de 220 mil profissionais, levando a eles as melhores alternativas e soluções do mercado.

COMUNICAÇÃO

Constância e Consistência são os atributos maiores para definir a política de comunicação da Tigre, detentora de uma das marcas mais valiosas do país, mesmo tendo boa parcela de seus produtos escondidos sob a parede ou sob o piso. Constância no sentido de estar sempre presente na mídia.

A consistência da comunicação está exatamente na maneira com que a Tigre conversa e se relaciona com os consumidores.

Dentre suas estratégias está o relacionamento, baseado em valores éticos e em atividades de capacitação de revendedores e profissionais do setor. O foco principal das campanhas publicitárias da Tigre é ressaltar a segurança e confiabilidade dos produtos da Marca, em 2007 evidenciadas através do conceito “Planeta Mico”.

VALORES DA MARCA

A marca Tigre é uma das mais valiosas do Brasil, está avaliada em mais de 40% do seu faturamento. A empresa detém o Top of Mind na categoria tubos e conexões, conforme pesquisa publicada

pelo Datafolha. No final de 2006, nova pesquisa do Instituto mostrou que o número de pessoas que lembram em primeiro lugar da marca foi ampliado de 69% para 80% dos consumidores. O estudo é referência de mercado na identificação da preferência do consumidor em diversos segmentos. Essa posição é resultado de estratégias claras, como a opção por produtos e soluções inovadoras e com qualidade, aliadas à oferta de um cardápio completo de serviços.

A Tigre comemorou em 2006 a integração dos seus sistemas de qualidade e gestão ambiental, tornando-se referência também no quesito responsabilidade sócio-ambiental.



O QUE VOCÊ NÃO SABIA SOBRE TIGRE

- A Tigre tem a preocupação de produzir soluções para irrigação, com tecnologias inovadoras que economizam água e energia, além de aumentar a produtividade no campo e preservar o meio ambiente, já que a maior parte da água doce utilizada pelo homem é destinada à agricultura.
- Mais de 58 mil jovens são beneficiados atualmente pelas iniciativas do Instituto Carlos Roberto Hansen. A organização visa contribuir para a formação do cidadão do futuro, com foco no desenvolvimento de crianças e adolescentes. Os esforços são concentrados na mobilização de recursos para investimentos em educação e cultura, além da promoção da saúde, através da universalização do saneamento básico.
- A Tigre possui uma Unidade Móvel de Treinamento que viaja por todo o Brasil realizando o treinamento de milhares de profissionais da construção.

