Edição Especial 70 anos • Agosto

Jornal Mural TIGRE

CONHECIMENTO SEMPRE FOI A MARCA DA TIGRE.

Para a Tigre, o conhecimento inicia pelo aprendizado. Pesquisas e contato com consumidores, profissionais e clientes são as formas com que a Tigre se mantém sempre atualizada. É preciso também saber compartilhar esse conhecimento. É por isso que a Tigre estimula e oferece o aprendizado aos diversos públicos com quem se relaciona.

Cursos de capacitação

A Tigre investe em **treinamentos para os diversos públicos** com que se relaciona: instaladores, profissionais de venda, consumidores finais, estudantes e técnicos da construção civil. Entre os cursos oferecidos, os principais são os de produtos, vendas e gestão. Por ano, a Tigre capacita cerca de 130 mil pessoas em 500 mil horas de treinamento.

O instalador Kouichi Tahara frequentemente participa de treinamentos promovidos pela Tigre. "Além de pensar na qualidade dos produtos, a Tigre tem a preocupação de proporcionar conhecimento aos profissionais", conta Tahara. "O cliente confia mais no profissional ao perceber que ele tem conhecimento do assunto", relata.

A Escola Volante da Tigre, **centro de treinamento itinerante conhecido como Tigrão**, surgiu em 2006 com o objetivo de levar conhecimento a todo o país. A escola tem um fim social, pois proporciona capacitação em cidades do interior que dificilmente seriam atingidas com cursos deste tipo. O Tigrão percorre uma média de 42 cidade por ano. Devido à alta demanda por atualização profissional e capacitação de mão de obra, este ano foi inaugurado a segunda unidade móvel de treinamento da Tigre – o Tigrão 2, que irá percorrer as regiões Sul e Sudeste do país.

Em 2011, a Tigre criou um **curso inédito sobre hidráulica voltado para mulheres,** para capacitá-las a fazer pequenos reparos domésticos ou contratar e acompanhar o trabalho de um profissional. A previsão inicial é atingir cerca de 400 mulheres em 2011, com uma média de 30 por curso.

Maria Rita Brasiliano, 52 anos, gerente de marketing da Casa Mimosa, foi uma das alunas. "Enfim uma empresa se preocupou com as mulheres. Em geral, as indústrias ainda têm uma consciência machista", relata. "A Tigre marcou presença, me alertou. Agora comparo produtos."

Escolas de Aperfeiçoamento

Criadas em 1967, **as EATs** promoviam treinamentos em todas as áreas da construção civil e tinham como público principal os instaladores hidráulicos. **Rudolf Richard Hufen**, coordenador das Escolas de Aperfeiçoamento no seu surgimento, lembra dos primeiros tempos: "Os tubos eram principalmente de ferro galvanizado e cerâmica, e os instaladores achavam que o plástico só servia para fazer baldes e brinquedos. Tivemos de convencê-los sobre a facilidade e a durabilidade do PVC". Os encanadores de várias cidades eram convidados a ficar uma semana em Joinville para conhecer a fundo as soluções em Hidráulica com o PVC.

Hoje, através dos seus Centros de Treinamentos, a Tigre forma cerca de 2 mil jovens por ano com o objetivo de inseri-los no mercado de trabalho.

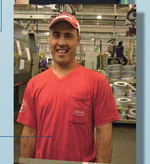
Universidade Tigre

A Universidade Tigre, criada em 2001, agora passa por um processo de transformação. Nela estarão reunidos todos os conhecimentos importantes ao negócio Tigre, divididos em 5 grandes pilares: cultura organizacional, estratégia e gestão, liderança, excelência operacional e mercado. "A proposta é criar um ambiente de aprendizagem atrelado à estratégia de negócio do Grupo Tigre com o objetivo de capacitar nossas equipes e gerenciar o conhecimento interno. Estamos em fase de implementação nas áreas corporativas, e as primeiras turmas terão início ainda este ano." explica **Henriette Fleig**, gerente corporativa de RH.

Treinamento de colaboradores e desenvolvimento de líderes

Ao longo de sua história, a Tigre tem investido em treinamento e capacitação de funcionários. Afinal, é com pessoas preparadas que a empresa se desenvolve, e é através de qualificação que as pessoas conquistam novas oportunidades. Com o Sistema de Gerenciamento de Talentos, a Tigre identifica pessoas com potencial para liderança e desenvolve o profissional através de cursos voltados à gestão.

Ana Beatriz Teixeira, coordenadora de marketing da Pincéis Tigre, participa do Programa de Desenvolvimento de Lideranças. "Se a meta da companhia é crescer cada vez mais, os colaboradores têm que crescer junto. E as pessoas crescem com novos conhecimentos", declara.



Outra forma de incentivar o conhecimento são as bolsas de estudos, que chegam a subsidiar 50% do valor das mensalidades. **Elivandro Gonçalves Mendes** é operador da Silver Pouso Alegre e faz o curso de Técnico em Plásticos graças à bolsa. "Poucas pessoas têm essa formação. Depois de terminar o curso, espero assumir o cargo de técnico em processos", conta.

Eliander Fernandes, montador na Claris, participou de treinamentos oferecidos pela Tigre. A partir deles, reconheceu a importância de fazer cada vez melhor e também de incentivar os seus colegas. "Os colaboradores têm a oportunidade de aprender e crescer. Isto nos incentiva cada vez mais", comemora.

RELACIONAMENTO SEMPRE FOI A MARCA DA TIGRE.

O relacionamento é um dos pilares do negócio da Tigre. Na relação com todos os públicos, a Tigre tem como base a transparência e a confiança. É essa maneira única de se relacionar que contribui para as conquistas e o sucesso da marca.

Relacionamento em sua essência

Desde o princípio, **João Hansen Júnior** priorizou a relação próxima e transparente com as pessoas. Sempre estava presente na fábrica e perto dos colaboradores, respeitando e se reunindo com eles quando possível. A **Festa das Medalhas**, na qual a empresa reconhece aqueles com mais tempo de casa, acontece desde essa época. Com o passar dos anos, surgiu o **Café dos Aniversariantes**, que hoje acontece em todas as unidades e é uma oportunidade mensal de integração entre colaboradores e líderes da Tigre.

Carlos Roberto Hansen

Relacionamento com os clientes e profissionais

A Tigre preza pelo relacionamento próximo com os profissionais e também com seus clientes. Por isso, investe forte em ações e treinamentos para promover a integração com esses públicos e formar grandes parceiros de negócios. Hoje os programas de relacionamento do grupo atingem mais de 350 mil profissionais.

José Antonio da Silva, balconista da loja A Luminosa Lustres e Jardins, fala sobre o **programa de relacionamento Mundo Tigre**. "Se você não conhece o produto, como vai oferecer ao cliente?", relata José, que é um profissional Diamante, a mais alta classificação do programa. "A Tigre sempre está próxima dos profissionais. Tomara que o programa continue e aprimore ainda mais esse relacionamento", torce.

Paulo Leonardo Gonçalves, artista plástico, comenta sobre o programa de relacionamento **Mundo Tigre Pinctore, da Pincéis Tigre**. "É mais uma forma de divulgação do meu trabalho como artesão, artista e professor. É uma maneira de aproximar o artista da empresa com uma parceria sólida.

Relacionamento hoje

Este relacionamento aberto e próximo com todos é uma herança do fundador e pode ser vista na Tigre até hoje. **Não há paredes separando as pessoas**. Colaboradores, diretores e presidência estão totalmente integrados em um ambiente que estimula a troca de ideias e a participação.

Para **Ana Karoline Beduschi**, *trainee* na área de Suprimentos Corporativos, a ausência de separação física entre as pessoas é uma das características mais marcantes da Tigre. "Assim, podemos ser transparentes", conta. "Há uma constante troca de informações, aquisição de conhecimentos e crescimento profissional."

Já **Rodrigo Devienne**, executivo de construtoras em Florianópolis, comenta que o relacionamento aberto da Tigre com seus colaboradores é importante, pois proporciona a troca de ideias e a participação ativa. No campo, é preciso ter um relacionamento próximo com o cliente para ter sucesso em sua venda. "Para isso, invisto na capacitação dos instaladores e na argumentação com o corpo técnico da construtora."

TIGRE 70 ANOS