

Vol. 1 – 2006

powerline™

conectando a los empleados de Thomas & Betts en todo el mundo

De Bueno a Excelente: Una entrevista con Dominic Pileggi

Página 2

Grupo Eléctrico de EE.UU. determinado a “avanzar al próximo nivel”

Página 4

Algunas veces es mejor renunciar

Página 17

La pasión por el éxito llevó a obtener una impresionante colección de galardones

Contraportada



El grupo Eléctrico inicia campaña publicitaria móvil en 2 Hummers

Página 5

Thomas & Betts

De *Bueno* a *Excelente*:

Una entrevista con Dominic Pileggi

PowerLine conversó recientemente con el CEO Dominic Pileggi para explorar qué está dando buenos resultados en T&B, en qué radican nuestras oportunidades en 2006, y cómo cree él que los empleados pueden hacer la diferencia.



PL: La compañía obtuvo excelentes resultados en 2005. Las ventas aumentaron casi un 12 por ciento y las utilidades operacionales alcanzaron un saludable 12 por ciento de las ventas. ¿Podría esto mejorar?

DP: Tiene razón - T&B obtuvo excelentes resultados en 2005 y todos debemos sentirnos orgullosos de nuestros logros. Hicimos un excelente trabajo para compensar los mayores costos de materiales y energía y fortalecimos nuestra posición en la distribución y con los clientes que son usuarios finales.

Por lo tanto, creo que podemos - y de hecho tenemos que - mejorar todavía más.

Cuando comparamos nuestro rendimiento con el de otras compañías industriales, tenemos que ver más allá de Cooper Industries y Hubbell - los competidores más evidentes - y analizar a otras empresas industriales como 3M, Emerson, Danaher y Roper Industries. Lo que hemos encontrado es que estas empresas industriales de élite alcanzan márgenes operativos significativamente mayores que los de T&B.

Nuestra meta es convertirnos en una empresa élite con desempeño extraordinario. Yo no me conformaría con algo menos y tampoco debería hacerlo nadie más. La comunidad de inversionistas, según se puede apreciar en el precio actual de nuestras acciones, cree y espera eso de nosotros.

“Nuestra meta es convertirnos en una empresa con desempeño extraordinario en nuestra industria”.

PL: ¿Cómo avanzamos de bueno a excelente?

DP: Primero, debemos continuar haciendo lo que hasta el momento hemos hecho bien, cuidar los aspectos básicos: mantener nuestra disciplina financiera, vigilar nuestros costos, mejorar nuestra productividad y eficiencia. Nada de esto se logra andando por las ramas - sólo se logra con trabajo tenaz y congruente, con la vista fija en el mejoramiento continuo. Esto es la base para lograr el éxito.

Segundo, necesitamos continuar enfocando nuestra atención en el cliente, y seguir atentos y sensibles al mercado en todo lo que hacemos. Durante los pasados dos años, nos hemos beneficiado con una economía en fortalecimiento, lo cual nos ha permitido recuperar y solidificar nuestro liderazgo en la industria. Sin embargo, no es una visión realista el esperar que la tendencia de prosperidad económica dure indefinidamente. Ya hemos visto algún reblandecimiento en el mercado de construcción de proyectos habitacionales. Debemos prepararnos para la inevitable disminución de operaciones en los mercados industriales, de construcción y de suministro de energía.

Para alcanzar la excelencia, tenemos que lograr que todos los empleados participen en nuestro esfuerzo por ser la empresa con mejor atención al cliente y la “más accesible” en nuestra industria.

Bill Veeck, el antiguo dueño de los Chicago White Sox y además icono en la historia del baseball, hizo un interesante comentario cuando le preguntaron por qué presenciaba los juegos desde los graderíos generales en vez de verlos desde el palco del propietario. Él contestó: “En 20 años de andar por los estadios de baseball he descubierto que el conocimiento del juego usualmente es inversamente proporcional al precio de los asientos”.

Yo creo que eso también se cumple en las corporaciones. Nuestros empleados con los que se encuentran más cercanos al cliente y cuento con ellos para que levanten la mano y nos dejen conocer su opinión cuando haya una mejor manera de hacer las cosas.

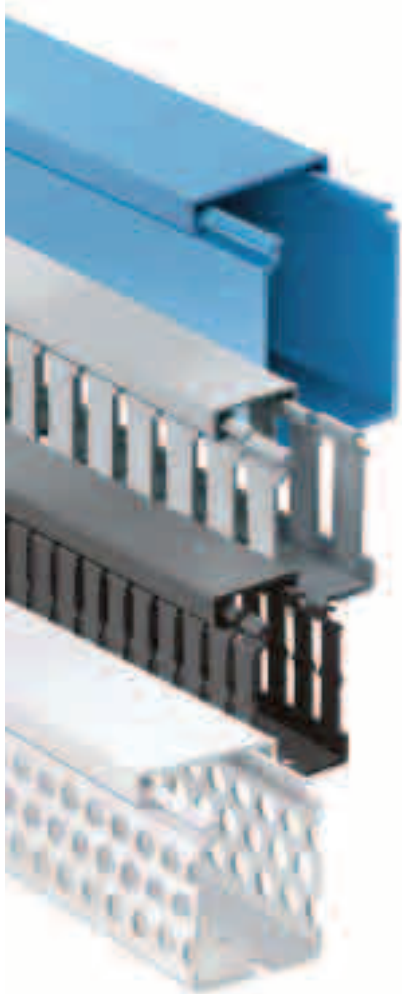
Esto nos lleva de nuevo a los Principios Guía que introdujimos hace dos años. Yo considero que eso es la cultura basada en esos principios, poblada con líderes y empleados de todos los niveles que demuestran su apoyo a estos principios, lo que nos permitirá transformarnos de buenos a excelentes.

PRINCIPIOS GUÍA DE T&B

- Nos tratamos con respeto mutuo.
- Entendemos las necesidades de los clientes.
- Estamos dedicados a la excelencia operacional.
- Estamos dedicados al mejoramiento continuo.
- Tratamos a los clientes y a los proveedores como asociados nuestros.
- Nos apegamos a sólidas estrategias financieras.
- Valoramos la creatividad y la innovación.
- Tenemos una gran pasión por obtener el éxito.
- Apoyamos la aceptación de riesgos... pero nunca la imprudencia.
- Exhortamos la confianza y la comunicación abierta.

Grupo Eléctrico de EE.UU.

determinado a ‘avanzar al próximo nivel’



Este año se está perfilando como otra gran oportunidad para que el grupo Eléctrico vuelva a mejorar aún más su desempeño y entregue excelentes resultados a la compañía.

“Tenemos inercia”, dijo Chris Hartmann, quien se incorporó a T&B hace tres años para dirigir el rubro Eléctrico en EE.UU., Europa/Medio Oriente/Asia. “Durante el año pasado, hemos superado significativos desafíos externos, hemos aumentado las ventas con más rapidez que nuestros competidores y hemos mejorado la rentabilidad en todas las áreas clave. Los numerosos galardones que hemos recibido de nuestros clientes respaldan la noción de que estamos avanzando en la dirección correcta”. (Véase el artículo “Pasión por el éxito” en la contraportada).

Según la opinión de Hartmann, 2006 es el año en que deberá ocurrir un desarrollo sustancial. “Nuestro éxito futuro se medirá en función de cómo alcancemos un crecimiento orgánico”, dijo Hartmann. “Ya tenemos una base firme. Ascender al próximo nivel requiere una verdadera pasión por el éxito y la dedicación para llegar a ser un equipo con un enfoque principal - el cliente”.

“Todos los empleados deben poner dedicación casi obsesiva en la atención al cliente para ayudar al éxito de T&B”.

En otras palabras, todos los empleados deben poner dedicación casi obsesiva en la atención al cliente para ayudar al éxito de T&B.

“Tenemos que desarrollar productos y servicios diferenciadores que alienten a los distribuidores a recurrir primero a T&B para satisfacer sus necesidades”, dijo Hartmann.

Descripción general del grupo Eléctrico

6,000 empleados en EE.UU.,
Europa y Asia

14 plantas; 1 centro de distribución

Más de 15,000 artículos en inventario y
más 30 marcas

Marcas de construcción: Steel City®, Bowers®,
Union®, Red Dot®, Kindorf®, Superstrut®, Shamrock®

Marcas industriales: Ty-Duct®, Ty-Rap®, T&B
Fittings®, Sta-Kon®, Color-Keyed®, Blackburn®,
E-Z-Code®, Ocal®, Russellstoll®, Hazlux®, T&B
Cable Tray®

La matriz del éxito define las metas anuales

El grupo Eléctrico ha utilizado una matriz de 3x3 (véase gráfica adjunta) para mantener su atención en los factores esenciales para el éxito: productos, servicio y excelencia operativa. Dentro de cada área, cada año ha traído un nuevo enfoque.

Este año se trata de suministrar nuevos productos al mercado (‘canalización’), ofrecer más facilidades para que los distribuidores hagan negocios con T&B (‘facilidad’) y mejorar la comunicación externa e interna (‘comunicación’).

“Cada empleado tiene un papel que desempeñar para que avancemos al próximo nivel”, agregó Hartmann. “Cada día, debemos pensar en lo que estamos haciendo para aumentar la productividad, mejorar las utilidades o resolver un problema que nos convierta en una empresa más robusta”.

PRODUCTOS	Precios	Portafolio	Canalización
	SERVICIO Disponibilidad	Entrega	Facilidad
	EXCELENCIA OPERACIONAL Costos	Productividad	Comunicación
	2004	2005	2006

“Cada empleado tiene un papel que desempeñar para que avancemos al próximo nivel”

El enfoque de la atención en menos iniciativas mejora la probabilidad de éxito

Productos - “Canalización”:

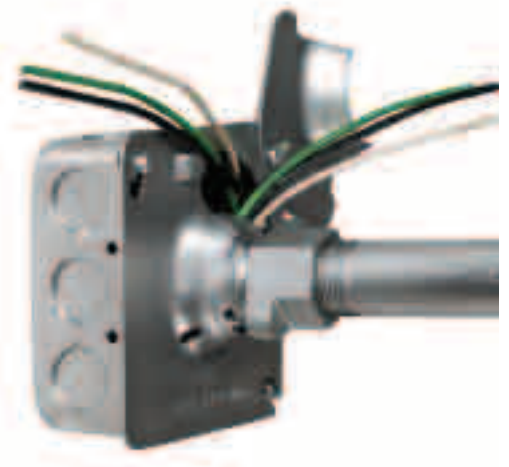
En 2006, el grupo de productos de construcción e industriales espera obtener el título de ‘mejor en su clase’ por la innovación en nuevos productos gracias al lanzamiento de más de 30 nuevos productos. (Nota del Editor: La columna Mundo Mercantil en PowerLine presenta regularmente una selección de nuevos productos).

El año pasado, la empresa se concentró en integrar la ingeniería con el mercadeo, un enfoque atípico en nuestra industria. El resultado es el desarrollo de nuevos productos dirigidos a mercados específicos y respaldados por campañas eficaces y oportunas de mercadeo.

Jeff Greene, quien dirige el equipo de mercadeo e ingeniería del grupo Eléctrico, considera que la integración de la ingeniería con el mercadeo representa una ventaja competitiva.

“Al trabajar juntos, nuestros gerentes de producto e ingenieros realizan consultas con clientes de usuario final para generar ideas para nuevos productos y así comprender mejor la dinámica de un sitio de trabajo”, manifestó Greene. “Al acercarnos más al usuario final, podemos colocarnos un paso adelante en el desarrollo de nuevos productos que impulsen las ventas a través de los canales de distribución”. (Véase el artículo al margen “El grupo Eléctrico inicia campaña publicitaria móvil en 2 Hummers”, en la página 6).

“Los nuevos productos que estamos preparando darán un gran impulso a nuestros productos de legado y nos ayudarán a apalancar las marcas de alta calidad en nuestro portafolio”, dijo Greene.





David Dean

Servicio - “Facilidad”

De acuerdo con David Dean, vicepresidente de soporte y servicio al cliente, los distribuidores agradecen el esfuerzo que T&B ha realizado para ayudarlos a reducir sus costos de operación por medio del uso de avanzadas herramientas electrónicas.

“La disponibilidad de productos y la entrega a tiempo ya se dan por sentadas”, dijo Dean. “Nuestro objetivo es diferenciar a T&B con el nivel de servicio que suministramos y el comercio electrónico es una parte importante de esta ecuación”.

Según Woody Savage, quien dirige la iniciativa de comercio electrónico de T&B, en 2005 más del 60 por ciento de los pedidos llegaron electrónicamente. Un aumento respecto a recibir menos del 50 por ciento hace dos años.



El grupo Eléctrico inicia campaña publicitaria móvil en 2 nuevos “Hummers”

El grupo Eléctrico desea que todos conozcan sus planes de equipar al equipo de ventas de T&B con herramientas de capacitación dirigidas al usuario final. Sus planes son tan firmes que ya han iniciado una campaña publicitaria móvil, en dos atractivos vehículos Hummer con emblemas de gráficos y marcas de T&B, y cargados con información de nuevos productos.

“Seleccionamos los Hummers porque son robustos, duraderos y de alta calidad, igual que los productos T&B”, declaró Ann Jaehn, quien está a cargo del programa móvil de ventas y mercadeo. “Además, son muy parecidos a las cajas de salida T&B Steel City, la principal marca de cajas en la industria”.

Desde marzo a octubre, los representantes de ventas de productos eléctricos visitarán sus territorios individuales en los atractivos Hummers. El objetivo consiste en utilizar los Hummers para llamar la atención hacia los productos T&B en los sitios de trabajo mismos entre clientes que son usuarios finales como contratistas, electricistas y técnicos en especificaciones.

“Normalmente demostramos nuestros productos en oficinas o en comedores de empleados” comentó Eric Boldt, representante de ventas de T&B en Tucson, Arizona. “El Hummer llevó la información hasta los clientes. La gente se enteró que se trataba de T&B y se acercó para conocer más”.

“Este programa es parte de nuestro plan de 2006 para equipar a nuestros equipos de ventas con materiales de mercadeo mejorados que ayuden a T&B a sobresalir entre la multitud”, declaró Jim Feeney, director de ventas del grupo Eléctrico. “Cuando un Hummer de T&B llega a un sitio de trabajo, causa una fuerte impresión - T&B está de vuelta y más fuerte que nunca”.

“Ésta es una manera diferente y divertida de crear reconocimiento de marca para T&B entre los clientes que son usuarios finales”, añadió Jaehn. “Esperamos que los dos Hummers recorran más de un cuarto de millón de millas visitando clientes. Es una excelente manera de ‘impulsar’ las ventas”.

Los pedidos que se reciben electrónicamente benefician al cliente y a T&B. Son menos susceptibles a errores, reducen costos de mano de obra y ofrecen al cliente más control sobre sus pedidos. En 2006, T&B planea agregar más opciones a su sistema de ingreso de pedidos por Internet - como son la capacidad para cargar hojas de cálculo electrónicas y “copiar y pegar” de otros archivos - todo con el fin de animar a más clientes a adoptar el ingreso de pedidos por Internet como alternativa a los pedidos por teléfono o por fax, especialmente entre los distribuidores más pequeños.

“Los distribuidores más pequeños quizá no sean tan sofisticados en el uso del comercio electrónico como las cadenas nacionales, pero los ahorros de tiempo, mano de obra y de costos pueden ser igualmente significativos”, comentó Savage. “Nuestra tarea es ayudarles a comprender y utilizar la tecnología para su ventaja. Esto significa que debemos hacer que nuestro sistema sea el más fácil de usar”.



“Los resultados nos ayudan a todos. Ésta es la actitud que nos llevará hasta el próximo nivel”.

Excelencia operacional - ‘Comunicación’

Hartmann indicó que el equipo del grupo Eléctrico ha realizado un excelente trabajo en la creación de una cultura donde la norma es el pensamiento ajustado (Lean) y donde los empleados en todos los niveles contribuyen a las mejoras de productividad en las fábricas.

En 2006, el esfuerzo se enfocará en el apoyo de la excelencia de operaciones mediante el aumento del nivel de comunicación para los clientes y empleados que tienen contacto directo con los clientes, como ocurre con los equipos de ventas.

En la arena de mercadeo, Greene dice que continuará el esfuerzo para asignar potestades al equipo de ventas de T&B por medio de herramientas de capacitación dirigidas al usuario final. En 2005, ellos lanzaron una serie de módulos de Soporte y Capacitación de Aplicación (SAT) sobre aspectos clave tales como los cambios al Código Nacional Eléctrico, ahorros de mano de obra y refuerzo antisísmico. En 2006 se agregarán nuevos módulos SAT.

“El departamento de Mercadeo está dedicado a brindar a la organización de ventas de T&B mejores herramientas de asesamiento para ventas para ayudar a mejorar la manera en que interactuamos con usuarios finales, contratistas y técnicos en especificaciones”, dijo Greene. “El conocimiento completo de nuestros productos, las aplicaciones de productos y las ventajas competitivas representan un factor crítico para la continuidad de nuestro éxito”.

En 2006 el mercadeo de productos también desarrollará nuevos módulos de capacitación de producto. Los nuevos módulos estarán disponibles en línea 24/7 y están enfocados en líneas de productos esenciales de construcción e industriales. El primer módulo estará disponible en junio y módulos adicionales se lanzarán en el transcurso del año.

“Contamos con excelentes marcas y excelentes productos”, dijo Greene. “Es esencial para fomentar la lealtad del usuario final que nos cercioremos de que nuestros distribuidores y representantes de ventas entiendan completamente las ventajas de los productos T&B comparados con los de los competidores”.

Además, la empresa se esforzará en mejorar la comunicación en toda la organización.

“Necesitamos pensar y actuar globalmente para apalancar completamente nuestras capacidades y nuestro portafolio de productos”, agregó Hartmann. “No obstante que los estándares eléctricos pueden variar de país a país, hay aún una oportunidad de apalancar nuestro conocimiento y portafolio de marcas para impulsar el crecimiento”.

Con este objetivo, la empresa recientemente celebró su primera conferencia cumbre mundial de mercadeo. De acuerdo a Greene, valió la pena el esfuerzo.

“Tenemos mucha gente talentosa en Thomas & Betts”, afirmó Greene. “Al trabajar en equipo, podemos planificar de mejor manera el futuro y lograr nuestra meta común de crecimiento de alta rentabilidad”.

Prepararnos para una baja en el crecimiento económico es tarea de todos

“Hemos sido muy afortunados al haber visto un mejoramiento relativamente uniforme en nuestros mercados clave en el par de años recién pasado”, dijo Hartmann. “Hemos apalancado la pujanza de este mercado para lograr un crecimiento mayor que el promedio en ventas y utilidades.

“Elevar a la empresa al próximo nivel significa estar listo para mitigar el efecto negativo de factores que bien pueden estar fuera de nuestro control, como ocurre en una baja en la economía”, declaró Hartmann. “Si bien no podemos controlar

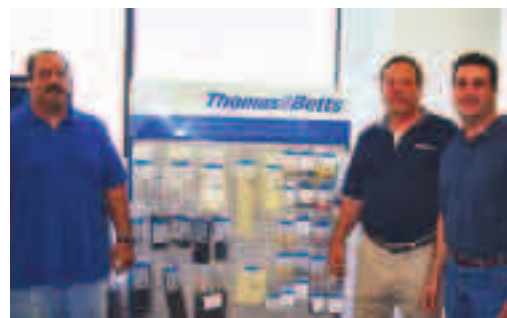
la macro economía, sí podemos controlar la manera en que reaccionamos ante ella”.

Según Hartman, cada empleado de la División Eléctrica debe saber cómo contribuir de mejor manera con la empresa y necesita ser proactivo para hacerlo.

“Los resultados nos ayudan a todos”, dijo Hartmann. “Ésta es la actitud que nos llevará al próximo nivel”.

Representantes de ventas del grupo Eléctrico de T&B van a lo extremo

Thomas & Betts EXTREME MAKEOVER COUNTER DISPLAY EDITION



Thomas & Betts introdujo un audaz programa modular de comercialización en 2005 que incluyó más de 30 componentes y 10 unidades de inventario diseñados para proporcionar la máxima exposición de los artículos de rápido movimiento. El programa está diseñado para volver a T&B más visible donde los distribuidores.

Para iniciar el programa, el equipo de ventas de EE.UU. participó en una promoción que duró todo un año llamada “Extreme Makeover”. Las participaciones se clasificaron en tres categorías: Creatividad extrema, “Propiedad de T&B” y “Nuevos y mejorados”.

“Nuestro nuevo programa de comercialización fue la motivación principal para que las sucursales del distribuidor 3E Electrical Engineering & Equipment (Des Moines, Iowa) prefirieran los productos de T&B a los de otro proveedor”, dijo Don Juszczuk, representante de ventas de la Región Norcentral (Midwest) de EE.UU. “A ellos les gustó el aspecto y los colocaron al ‘frente y al centro’ en el área de mostrador. Ahora los productos T&B son lo primero que un cliente ve al entrar”.

Según el representante de ventas de la zona surcentral Britt Elmore, “En la sucursal de Rexel en Vicksburg, Mississippi, rediseñamos totalmente el área de mostradores con exhibidores para Sta-Kon®, Color-Keyed®, Ty-Rap®, Cajas Steel City® y Red Dot® Weatherproof. Como resultado, las ventas de mostrador han aumentado en más del 25 por ciento”.

Entre los ganadores de la promoción de todo el año se incluyen:

“El mejor del año”

Rich Craven

Región Sudoeste del Pacífico

Otros ganadores:

Angelo Dombrowski,
Región del Atlántico Medio

Britt Elmore,
Región Surcentral

Bob Zimmerman,
Región del Atlántico Medio

Joan Kraemer,
Región Surcentral

Chad Minkler,
Región Norcentral

Alan Amidon,
Región Sur del Pacífico

Eleanor Marschke,
Región Sudeste

Ben Hampton,
Región Metropolitana de
Memphis (Mid-South)



MUNDO MERCANTIL

El día del mostrador de productos de engarzado Color-Keyed® fue un rotundo éxito

T&B demostró sus productos de engarzado Color-Keyed® durante un evento de un día en K&K Electric Wholesale en Downey, CA. Con más de 100 asistentes, fue uno de los “días de mostrador con mejor asistencia en años” según Rich Craven, representante de ventas de T&B. El evento incluyó un impresionante mostrador de 8 pies de longitud para la exhibición de productos T&B.



Rich Craven fue el anfitrión del día de exhibición en K & K Electrical



Lo novedoso es el soplete Shrink-Kon®

El nuevo soplete portátil Shrink-Kon para termoencogibles ofrece a los contratistas y fabricantes de equipo original (OEM) una solución segura, sencilla y eficaz para calentar termoencogibles, soldar con bronce y soldar con estaño. La unidad produce suficiente calor para activar termoencogibles de pared gruesa y sin embargo funciona con butano estándar disponible en todas partes y dura 220 minutos por carga de butano. Además, el soplete incluye una robusta base desmontable para el funcionamiento con manos libres.

Conectados con el mundo

Los clientes de EE.UU. han comunicado a T&B una necesidad emergente: tener conectores métricos “exactos” para adaptarlos al creciente número de conductores importados que están instalando. En respuesta a ello, T&B está desempeñando un papel importante para mantener conectado al mundo con la introducción de una nueva línea de conectores métricos para las líneas de conectores Color-Keyed® y Sta-Kon®.





Nuevos componentes prefabricados ofrecen excelente flexibilidad a los clientes

T&B ha introducido los componentes prefabricados Steel City® Pre-Fab diseñados para el creciente mercado de construcción prefabricada. Los componentes prefabricados permiten a los contratistas ensamblar previamente los componentes fuera del sitio, ahorrando así valioso tiempo y reduciendo el costo de las instalaciones. Estos son especialmente útiles en proyectos de finalización rápida como hoteles, casinos, hospitales, edificios grandes para oficinas y cualquier otra aplicación comercial o institucional.

T&B celebra una reunión internacional sobre cajas eléctricas



Las cajas de salida, cajas de dispositivos y cajas de piso de las marcas Steel City® e Iberville® de T&B han ayudado a establecer la norma en el mercado norteamericano durante más de 100 años. Pero el énfasis actual en los mercados globales ha creado expectativas para que los productos principales cumplan las normas internacionales al margen del lugar donde se utilizarán dichos productos.

“Los tratados comerciales suscritos por EE.UU. y Canadá con otros países estipulan la preferencia por las normas internacionales”, dijo Tim McNeive, gerente, Estándares Globales, del Grupo de Servicios de Soporte de Ingeniería de T&B.

Es por eso que T&B recientemente fue anfitrión de la reunión de dos días de la Comisión Electrotécnica Internacional (International Electrotechnical Commission - IEC). Representantes de fabricantes, laboratorios de ensayos y federaciones nacionales de instaladores, diseñadores y organizaciones normativas de 10 países europeos, Canadá y EE.UU. se reunieron para tratar sobre las maneras de mejorar la seguridad eléctrica y reducir las diferencias técnicas innecesarias, como lo son los diferentes métodos de ensayos.

La decisión de participar en el proceso de desarrollo de las normas IEC no es siempre una decisión fácil.

“Los mercados potenciales para nuestros productos eléctricos ‘cableados’ tradicionales son limitados fuera de Norteamérica, por lo tanto las tasas de retorno pueden ser difíciles de medir”, declaró McNeive. “Nuestro objetivo ha sido adoptar un papel de liderazgo en la conformación del diálogo internacional para la estandarización. En el mundo de las normativas, como en muchas otras áreas, el resultado lo deciden aquellos que asisten y desempeñan un papel activo en el proceso”.



Representantes de la Comisión Electrotécnica Internacional (International Electrotechnical Commission - IEC) se reunieron en las oficinas principales mundiales de T & B en Memphis, Tennessee.



T&B incursiona en el mercado de comunicaciones satelitales

Con un enfoque de colaboración cruzada entre compañías, el equipo de productos de comunicaciones ha desarrollado una robusta presencia en un nuevo mercado multimillonario - comunicaciones satelitales - en sólo un poco más de tres años.

“Pudimos establecer una relación sumamente exitosa con un cliente clave - EchoStar - basada en la calidad y en el valor agregado de nuestras soluciones de productos”, dijo Mike Lynch, gerente de mercado para productos satelitales.

EchoStar, con sede en Englewood, Colorado, suministra productos y servicios de televisión mediante Transmisión Directa por Satélite (Direct Broadcast Satellite) y atiende a clientes en todo el mundo.

Varios equipos con funciones cruzadas fueron los responsables de lograr establecer dicha relación. En dicho equipo se incluyen empleados del equipo de comunicaciones, la instalación de producción en Horseheads, New York, mercadeo, ingeniería, gerencia de producto, servicio al cliente, ingeniería de aplicaciones y ventas.

Para no perder el impulso logrado, el equipo de productos de comunicaciones está desarrollando un canal de distribución con características mejoradas y construyendo una base de clientes, incluso trabajando para duplicar el esfuerzo con otros proveedores importantes de comunicaciones satelitales.

Publican artículo escrito por un empleado de T&B

IAEI News, la publicación oficial de la Asociación Internacional de Inspectores Eléctricos, recientemente publicó un artículo técnico escrito por Tim McNeive, gerente de estándares globales de producto. El título del artículo es “Conduit Bodies and Their Use in Accordance with the NEC” (Cuerpos de conductos y su uso de acuerdo con el Código Nacional Eléctrico). El Sr. McNeive es miembro del grupo de servicios técnicos de T&B, conocidos en la industria por la ayuda que brindan a los inspectores eléctricos y a los instaladores para interpretar debidamente los requisitos del Código Nacional Eléctrico.



Un artículo de Tim McNeive fue publicado en una de las principales revistas de la industria.



Gente con poder

El liderazgo del grupo Suministro eléctrico fortalece el panorama estratégico

Dave Stevens, quien ha invertido más de 30 años ayudando a T&B a desarrollar su posición de liderazgo en conectores de alto voltaje utilizados por las compañías de suministro eléctrico para distribuir energía eléctrica a sus clientes, ha adoptado un nuevo papel como Vicepresidente - Desarrollo e Integraciones Empresariales para el sector de suministro eléctrico en EE.UU., Europa, y el Medio Oriente/Asia. En esta posición de reciente creación, ayudará a definir las probables oportunidades de crecimiento para la empresa, incluidas las oportunidades de fusión, adquisición y de participación conjunta.

Bob Caporale ha sido nombrado para reemplazar a Stevens como Vicepresidente del rubro de productos para suministro eléctrico. Caporale se incorporó a T&B después de trabajar para Pirelli Power Cables & Systems, donde se desempeñó en mercadeo, ingeniería y administración de producto. Además aporta una valiosa perspectiva desde el punto de vista del cliente, tras haber trabajado por tres años como gerente de proyecto en Commonwealth Edison - uno de los principales clientes de suministro de energía eléctrica de T&B.



John Norman recibió honores de parte del gerente de la planta de Nottingham, R.U. por sus 50 años de servicio con T&B.

Se jubila empleado de R.U. después de medio siglo de servicio

En diciembre de 2005, John Norman, un empleado de T&B en las instalaciones de Nottingham en el Reino Unido, alcanzó un hito muy significativo - 50 años de servicio en la empresa.

Norman comenzó su carrera con la Furse Company en 1940, cuando se incorporó como tornero en entrenamiento para un período de aprendizaje de cinco años. Eventualmente se trasladó a las áreas del taller de mecánica de banco.

John se jubiló a finales de 2005, pero piensa permanecer cerca de T&B de cierta manera... está planeando un viaje futuro a EE.UU. que incluirá una visita a Graceland, localizada cerca de las Oficinas principales mundiales de T&B en Memphis, Tenn.



Bob Caporale



Dave Stevens

Hackettstown exhibe productos en uso

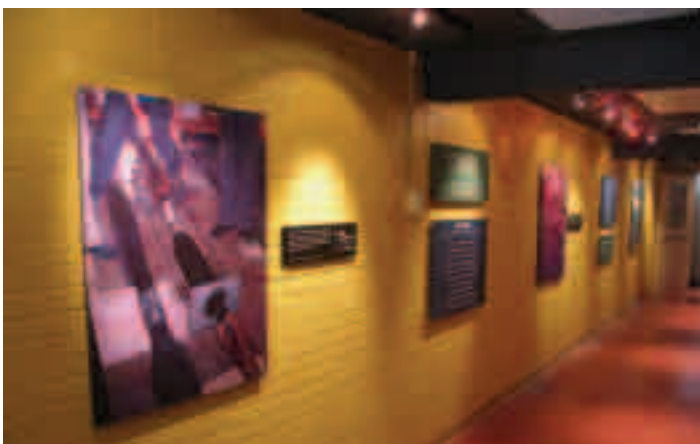
La planta de T&B en Hackettstown, N.J. ha realizado varios cambios recientemente -- en sus operaciones de producción y en sus esfuerzos para ayudar a los empleados a capacitarse más sobre los productos que fabrican y que se usan para distribuir alimentación eléctrica alrededor del mundo.

“Los empleados de Hackettstown son una parte esencial de la reputación de alta calidad que ostentan nuestros productos Elastimold® y Blackburn®”, dijo Kay Hedges, gerente de recursos humanos en Hackettstown. “Al mostrar a todos los empleados la manera en que funcionan sus productos se obtiene el beneficio adicional de inculcar el orgullo de un trabajo bien hecho”.

A fin de ilustrar la manera en que las empresas de suministro eléctrico usan los productos en el campo, la planta ha colocado impresiones fotográficas de alta calidad de 30 x 40 pulgadas en el pasillo de la entrada de la instalación. La exhibición incluye además letreros relacionados con la seguridad e importantes actitudes en la producción.

Las fotografías incluyen instalaciones en bóvedas de conectores desprendibles, un interruptor trifásico moldeado de vacío instalado en polo, y una instalación de empalme en Dubai.

El resultado final es una “historia” brillante y colorida que proporciona información educativa y además recuerda a los empleados de Hackettstown su contribución al éxito de T&B.



El orgullo de Hackettstown en sus productos se luce en un pasillo que exhibe los productos de la planta en uso alrededor del mundo.



Ibis Barnett (izquierda) y Nancy Sánchez aceptaron el galardón, el cual se otorgó en reconocimiento a la dedicación de T&B México durante nueve años para promover la contratación de empleados con discapacidades.

T&B México obtiene reconocimiento por sus prácticas incluyentes de contratación

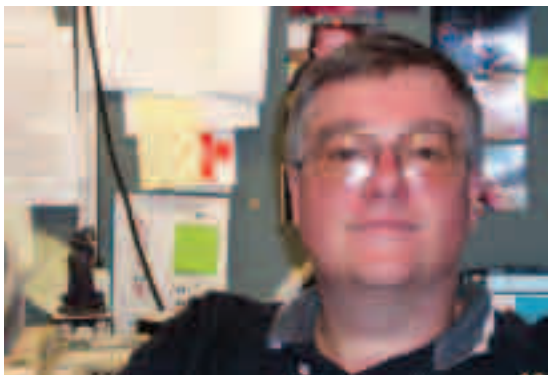
T&B México ha recibido reconocimiento por sus nueve años de dedicación a la formación de una fuerza laboral que promueve la inclusión de personas con discapacidades.

Ibis Barnett y Nancy Sánchez, de Recursos Humanos de T&B México, aceptaron el galardón durante una ceremonia que se celebró en Ciudad de México. La entrega del galardón estuvo a cargo de Francisco Javier Salazar Saenz, Secretario del Gabinete de Trabajo en representación del Presidente Vicente Fox.

Empleado de T&B asume el papel de liderazgo en la comunidad de inteligencia de datos

Richard Wilson, gerente de sistemas empresariales del Almacén de datos de T&B, ha sido elegido vicepresidente del capítulo de la Región Cento-Sur (Mid-South) del Instituto de Almacenamiento de Datos (Data Warehousing Institute - TDWI). TDWI es el proveedor principal de educación de alta calidad, detallada y de investigación en la industria de inteligencia empresarial y almacenamiento de datos.

El papel de Wilson ayudará a T&B a desarrollar sólidas relaciones con otros profesionales de inteligencia/almacenamiento de datos para compartir los desafíos y las prácticas óptimas en esta comunidad especializada.



Richard Wilson, gerente de sistemas empresariales de T&B



T&B está dedicada a su principio de “Tratar a los proveedores como sus asociados”. Recientemente, la compañía sirvió de anfitrión en una conferencia para sus 10 principales proveedores.

La conferencia de proveedores hace énfasis en la comunicación abierta y en la excelencia operacional

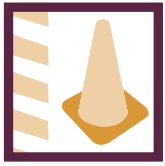
Las relaciones con éxito requieren, entre otras cosas, la dedicación al desarrollo de asociaciones de largo plazo. El segmento empresarial Eléctrico de T&B recientemente sirvió de anfitrión para una conferencia de proveedores en Memphis, Tennessee, cuyo objetivo era el mejorar la comunicación entre la compañía y sus proveedores principales. Asistieron al evento más de 50 representantes de proveedores pertenecientes a los principales 25 proveedores de T&B.

De acuerdo con la opinión de Mike Bragdon, quien dirige el equipo de compras de T&B, uno de los objetivos de la conferencia era conocer de boca de los proveedores cómo T&B podría ayudar a mejorar sus negocios.

“Como asociados, deseamos ayudarnos mutuamente a mejorar continuamente”, dijo Bragdon. “Además utilizamos el evento para presentar nuestro sistema ‘Supplier Pull’ —el sistema que indica a los proveedores cuándo necesitamos más materiales en nuestras plantas”.

Los asistentes tuvieron además la oportunidad de escuchar la opinión de Tennessee Packaging, quienes suministran las cajas de cartón para la instalación de T&B en Athens, Tennessee.

“Este proveedor ha hecho una gran labor ayudando a T&B a reducir inventarios, mejorar el servicio y a reducir costos”, declaró Bragdon. “Lo nuestro es un ejemplo excelente de una relación de mutuo beneficio”.



ZONA DE SEGURIDAD

Seguridad primero es una cultura en T&B

La creación de una cultura de seguridad en todas nuestras plantas es una parte importante de la manera en que damos vida al principio guía de T&B respecto a tratarnos mutuamente con respeto, según Tim Coates, vicepresidente de operaciones del grupo Eléctrico.

“Cerciorarnos de que nuestros empleados estén seguros es una obligación importante para todos nosotros”, dijo Coates. “Los accidentes causan penas para todos - nuestras familias, nuestros amigos y nuestros compañeros de trabajo”.

Varias plantas han tomado acciones innovadoras para mejorar sus índices de Accidentes con pérdida de tiempo —un indicador clave del desempeño con seguridad— y para hacer del conocimiento de la seguridad la base fundamental de la manera en que realizan su trabajo en nuestras operaciones cotidianas.

En la planta de **Albuquerque, Nuevo México**, el esfuerzo en la seguridad no es responsabilidad solamente de la administración. El Comité de Seguridad de la planta, bajo la dirección de Christine Glomski, trabajadora de línea, incluye 11 personas que representan todas las áreas de la instalación. El comité realiza una auditoría mensual de seguridad de ‘pared a pared’, llamada “Eyes for Safety” (Ojo para la seguridad). Los descubrimientos menores se corrigen inmediatamente; el comité da seguimiento a otros aspectos que puedan requerir más tiempo o recursos hasta su resolución. Albuquerque cuenta además con 31 respondedores de primeros auxilios que están equipados con botiquines portátiles de primeros auxilios para el tratamiento de lesiones menores, lo cual les permite responder inmediatamente.

Para mantener la atención enfocada en la seguridad, la instalación de Albuquerque creó una mascota de 5 pies de altura alusiva a la seguridad, construida con piezas Elastimold®. Conocida con el sobrenombre de “Joltron,” (el cual fue sugerido por la empleada Debbie Tapia en Albuquerque) la mascota será una herramienta de seguimiento visible para lesiones en la planta. Las lesiones se marcarán en las partes del cuerpo correspondientes de Joltron.

El esfuerzo de Albuquerque está dando resultados. De 2003 a 2005, la planta redujo sus incidentes registrables en más de la mitad, y redujo el número de incidentes con pérdida de tiempo de once a dos.



Empleados de Athens se comprometen con su firma

Los empleados en la planta de **Athens, Tennessee** se han vuelto a comprometer públicamente a realizar su parte en los esfuerzos para desarrollar un entorno seguro de trabajo. Más de 390 empleados firmaron una pancarta de “Signature Safety” para reafirmar su compromiso con la seguridad. Los empleados firmaron además tarjetas individuales de compromiso, que también fueron firmadas por el gerente de la planta Herb Bradshaw, para enviarlas posteriormente por correo a los hogares de los empleados. Bradshaw también celebra reuniones de grupos pequeños en los tres turnos para compartir las actualizaciones del comité de seguridad, conversar acerca de las inversiones en nuevos equipos, y para reforzar la meta de cero accidentes. Los empleados recibieron barras de dulce Zero y bebidas gaseosas Coke Zero para reforzar el mensaje.

La planta de **Jonesboro, Arkansas** ha recibido el reconocimiento del gobierno estatal por su excelente récord de seguridad, pero eso no significa que la planta ya esté descansando en sus laureles.



Gerald Lucero posa con Joltron, la mascota de seguridad que él creó para las instalaciones de Albuquerque

“La clave para cualquier programa de conocimiento en materia de seguridad es la actualización”, dijo Mark Howell, coordinador de seguridad. “El mejoramiento constante de lo que funciona mejor para nosotros es lo que nos permite mantener la seguridad en primer plano”.

En 2005, el programa de la planta “Safety!...It’s a Matter of Choice!” (La seguridad... es una opción) inspiró a los empleados para lograr cumplir un millón de horas sin accidentes con tiempo perdido por segunda vez en dos años y medio. Además de batir el récord anterior, la Secretaría de Trabajo de Arkansas, al igual que la Comisión del Seguro de Compensación Obrero de Arkansas y la Organización Mundial de Seguridad reconocieron el logro.

Según las palabras de Doug Bryson, gerente de las instalaciones, el fijar las miras en el objetivo “Strive for 95” (Esforcémonos por cumplir 95) permitió que la planta batiera su récord anterior de días sin incidentes registrables (previamente de 94 días).

“Creemos que planificar para otra cifra que no sea ‘cero’ significa que estamos dispuestos a aceptar que ocurran accidentes, ¡Y no lo estamos!”

Accidente con tiempo perdido - Un incidente que causa que un empleado falte días de trabajo (consecutivos o no) después de, pero sin incluir, el día en que ocurrió la lesión o enfermedad ocupacional. Específicamente, si el empleado hubiese trabajado, no podría haber realizado todas o algunas de sus asignaciones normales debido a la lesión o enfermedad ocupacional.

En la sección de accesorios Ocal® de la planta, se celebran reuniones diarias breves y se utilizan punto de mérito “Safety StarPoints” para mantener constantemente la seguridad en primer plano durante las operaciones, comentó Bobby Jones, gerente de sección. Este esfuerzo ha rendido sus frutos - con más de 17 meses sin un solo accidente registrable.

La expresión en inglés “One a Day to Keep the Doctor Away” (Uno al día para alejar calamidades) solicitaba a los empleados que corrigieran un problema menor de seguridad al día, cada día durante un mes, dijo John Shatzer, gerente de recursos humanos. Aquellos que participaron identificaron 22 problemas cada uno.

En **Portland, Tennessee**, la instalación de T&B inició 2006 con un enfoque diferente hacia la seguridad. De acuerdo con Matt Fadule, gerente de la planta, el equipo de Portland creó el programa Zero Accident (ZAC) (Cero accidentes), en el cual vivir con Cero accidentes es una meta diaria en el trabajo cotidiano en la planta.

“Creemos que planificar para otra cifra que no sea ‘cero’ significa que estamos dispuestos a aceptar que ocurran accidentes”, declaró Fadule. “¡Y no lo estamos!”

Los resultados hasta la fecha en 2006 son alentadores. El índice de frecuencia de accidentes de Portland ha descendido sustancialmente, y la planta ha trabajado más de 3,630,000 horas sin accidentes con tiempo perdido.



Salud y bienestar físico

Algunas veces es mejor renunciar

50% Ése es el porcentaje de fumadores que terminarán muriendo por enfermedades relacionadas con el hábito de fumar. Y no se trata sólo de cáncer de pulmones: fumar también puede producir cáncer en la boca, laringe, faringe, esófago, vejiga, riñones, páncreas, cuello del útero, en el estómago, y también puede producir algunos tipos de leucemia además de otro gran número de quebrantos de salud.

Un grupo de empleados en la planta de T&B en Mercer, Penn. decidieron que no querían ser parte de dichas probabilidades y optaron para renunciar juntos... renunciar al cigarrillo. Los estudios de investigación muestran que el instinto de ellos era correcto, los fumadores tienen cuatro veces más probabilidades de triunfar al dejar de fumar cuando lo hacen en grupo.

Apoyados por el equipo local de administración, el programa del grupo Mercer incluyó una diversidad de mecanismos de tratamiento, entre los que se incluyen las reuniones de grupo y tratamiento de acupuntura con luz láser. El esfuerzo tuvo un rotundo éxito y alentó a otros empleados a seguir el ejemplo.

¿Qué se siente al dejar de fumar? En las palabras de William Synder, “Yo fumé durante casi 40 años y traté de dejar de fumar varias veces. No fumo desde hace 5 meses y me siento muy bien”.

Así mismo, Karian Kasbee sintió que las actividades de grupo fueron alentadoras y útiles.

“Conversamos sobre las causas básicas de por qué estábamos fumando y sobre muchas opciones que nos ayudarían a dejar de fumar”, dijo Kasbee. “Desde que dejé de fumar, me siento mucho mejor y mi hijo está muy contento conmigo”.



Cinco de los que dejaron el hábito de fumar con éxito: Desde la izquierda, Rick Shuster, Pam Wilson, Bill Snyder, Karina Kasbee y Paul Shimek. No aparecen en la fotografía: Ray Brest, Bev Pas y Jeff Wasser.

Nota del Editor: Los crecientes costos de atención médica nos afectan a todos, como individuos y como miembros de una compañía. Thomas & Betts apoya la salud y el bienestar de los empleados por medio de una diversidad de iniciativas que incluyen el énfasis en la seguridad en el sitio de trabajo y el ofrecimiento de ayuda con el seguro médico para los empleados y sus familias. Usted puede ayudar a controlar estos costos con una actitud proactiva para salvaguardar su salud. Cada cierto tiempo, PowerLine puede tratar artículos referentes al cuidado de la salud que sean de amplio interés para los empleados de T&B.



Canadian Cancer Society
Société canadienne du cancer



Los beneficios mejoran con el tiempo*

- 20 minutos: Su presión arterial y pulso regresan a sus valores normales.
- 8 horas: Los niveles de oxígeno en la sangre regresan al valor normal.
- 24 horas: Se ha eliminado de su cuerpo el monóxido de carbono. Los pulmones comienzan a eliminar la mucosidad y otros desechos del fumado.
- 48 horas: Ya no queda nicotina en su cuerpo. Mejora su sentido del gusto y del olfato.
- 72 horas: Puede respirar con más facilidad. Sus bronquios comienzan a relajarse y aumentan sus niveles de energía.
- 2-12 semanas: Mejora la circulación de la sangre en todo el cuerpo, y puede caminar y correr con mucha más facilidad.
- 3-9 meses: Mejoran los problemas de tos, resuellos y respiratorios ya que la función pulmonar aumenta en un 10 %.
- 5 años: La probabilidad de un ataque al corazón se reduce a la mitad de la de un fumador.
- 10 años: El riesgo de cáncer de pulmón se reduce a la mitad del de un fumador. El riesgo de sufrir un ataque al corazón se reduce al mismo del de una persona que jamás haya fumado.

*www.quit.org.uk

Si desea más información acerca de cómo puede dejar de fumar con éxito, visite estos recursos

U.S. National Quitline
1-800-QUITNOW

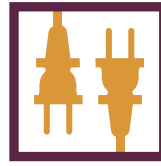
Quit Charity
www.quit.org.uk

Sociedad Americana del Cáncer
www.acs.org

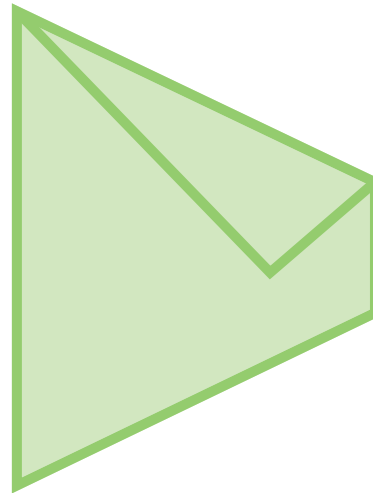
British Heart Foundation
www.bhf.org.uk

Instituto Nacional del Cáncer
www.cancer.gov or
www.smokefree.gov

Sociedad Canadiense del Cáncer
www.cancer.ca



CONECTADOS



T&B coloca el punto en Dot.Com

T&B ha dejado de utilizar el guión bajo para utilizar ahora un punto para su dirección de correo electrónico mundial. Con vigencia inmediata, los correos electrónicos de todos los empleados deberán reflejar su nombre de usuario como nombre.apellido@tnb.com ¿Por qué el cambio? Porque los usuarios típicamente opinan que es más fácil usar un punto que un guión bajo al escribir los nombres. Además, es una práctica emergente en el espacio cibernético.

No se preocupen – la antigua dirección de correo electrónico, nombre_apellido@tnb.com, continuará siendo aceptada por nuestro sistema indefinidamente. Sin embargo, le recomendamos comunicar a sus contactos externos que deberán cambiar sus direcciones en sus sistemas respectivos según la nueva configuración.



EN BREVE

Los productos T&B capturan la alegría de la temporada de fiestas de fin de año

La alegría de la temporada de fiestas de fin de año iluminó la creatividad de los empleados de T&B.

T&B Canadá creó un hombre de nieve o “Frosty Snowman” engalanado con una diversidad de productos eléctricos de T&B. Conectores de alambre Marrette® rojos y azules sirvieron como los ojos y la sonrisa, un par de soportes Express Tray® eran los brazos, y los botones se hicieron con accesorios herméticos de plástico.

Más al sur, en Memphis, Tennessee, las oficinas principales de la compañía eran visibles desde la distancia cuando se encendieron las luces de un árbol de navidad de 30 pies de altura fabricado con casi 900 pies de estructuras metálicas y sistemas de soporte Kindorf®. El árbol incluía 1,500 luces y se necesitaron aproximadamente 250 horas de trabajo para construirlo, de acuerdo con las declaraciones de Mark Pfaller, gerente de producto para los productos de estructuras metálicas modulares.

“El sistema de canal Kindorf está diseñado de manera que se pueda construir el máximo número de aplicaciones de soporte y armaduras con la mínima cantidad de mano de obra y piezas”, dijo Pfaller. “Introducido al mercado hace ya más de 60 años, el sistema Kindorf se considera usualmente como la principal línea de puntales en EE.UU. Es realmente un producto estrella para T&B y por esa razón resultó el material perfecto para nuestro árbol de navidad”.

Entre otros miembros del equipo que contribuyeron al esfuerzo se incluyen Bill Custead de la instalación de T&B en Athens, Tennessee, quien diseñó los soportes según especificaciones que unieron los puntales Kindorf; Cong Dihn y Dan James, ingenieros de producto en el grupo de productos de Construcción, diseñaron el árbol; y American Electric of Memphis, Tennessee, fue el contratista eléctrico que construyó el árbol.



El uso creativo de los productos de T&B permitió la creación de un exclusivo ‘Frosty’ en Canadá y un magnífico árbol de navidad Kindorf en Memphis.

La pasión por el éxito llevó a obtener una impresionante colección de galardones

T&B se enorgullece en haber recibido una diversidad de galardones de parte de clientes y proveedores en las semanas recién pasadas.



Affiliated Distributors

Proveedor del Año - Liderazgo en general, 2004-2005

Graybar Electric Co.

El mejor en ventas de soluciones, 2005.

WESCO International

Desempeño sobresaliente de ventas, 2005
Galardón Branch Communication Award, 2005

GE Supply

Mejor promoción de ventas - (Excelente promoción en exteriores)

IMARK

Producto del año (Kindorf® Angler Pipe and Clamp)

Hagemeyer North American

Ventas y servicios sobresalientes

Do It Best Corporation

Mejor proveedor 2005

Evergreen Marketing Group

Mayor incremento de ventas año tras año

Standard Electric

Proveedor del año

National Electrical Contractors Association

Silver Training Partner

Plant Engineering Magazine

Producto del año, 2005 - Categoría mantenimiento, herramientas y equipo (E-Z-Code® EZL 100 Kit)

Electrical Contracting Magazine

Producto del año - Categoría sujetadores, colgadores y accesorios (Kindorf Angler Pipe and Clamp)

¡Powerline en línea!

Ahora Powerline está disponible en la página inicial de intranet de T&B.

Puede encontrarla bajo el título "Departments - Human Resources" (Departamentos - Recursos Humanos).

THOMAS & BETTS CORPORATION
8155 T&B BOULEVARD
MEMPHIS, TN 38125

Agradecemos de antemano sus comentarios.
Sírvese enviar su correspondencia a:

Powerline
Mail Stop 4A-31
8155 T&B Boulevard
Memphis, TN 38125
Correo electrónico: Powerline@tnb.com
Fax: (901) 252-1306

EDITOR: Tricia Bergeron

CONTRIBUYENTES DE POWERLINE:

Además de los empleados referidos en el texto, muchos otros empleados ayudaron a recopilar información para este ejemplar de PowerLine. Entre ellos se incluyen: Catherine Anderson, Andy Barger, Julie Barlow, Al Bierman, Andre Boudreau, Lynne Casey, Sue Conklin, Dick Degeorge, Mark Howell, Rachel Kesselman, Linda Kimball, Bill Licht, Janie Madrid, Judy Rawles, Doug Smith, Rich Stanley, Ellen Vizzi, Carolyn Zigo.

COPYRIGHT 2006 THOMAS & BETTS CORPORATION

Prohibida la reproducción parcial o total de esta revista, por cualquier medio sin el permiso del editor.

Thomas & Betts