

# RAVEN

| Edición No. 4 |



Ampliando Términos del Compromiso

Cultivando una Fuerza Laboral  
Global y Diversa

Cambiando las Rayas de Sunbrella®

Acercándonos a Nuestros Clientes

Afirmando Visiones, Valores



Gente, Servicios Respaldao Nuestras Marcas

Gente, Servicios Respaldo Nuestras Marcas



Estimados Lectores:

El liderazgo del mercado global de Glen Raven requiere diariamente de los esfuerzos de miles de personas alrededor del mundo. Desde recursos humanos y de mercadotecnia hasta diseño de productos y sistemas de información, la gente de Glen Raven, tiene roles esenciales al cumplir las necesidades del cliente en una variedad de formas.

En esta edición, usted conocerá más acerca de las personas y de los servicios que respaldan nuestras marcas. Wally Wallace Representante Legal describe como nos comprometemos ética y consistentemente con los mercados alrededor del mundo, mientras que el Vicepresidente de Recursos Humanos Chan Chandler describe el surgimiento de la mano de obra, culturalmente diversa, de Glen Raven. John Duncan, vicepresidente de servicios de información, resalta la tecnología que nos une con nuestros clientes.

Lance Carter, director técnico de Strata Systems, describe la importancia del servicio de soporte técnico para nuestros clientes, mientras que Gina Wicker, directora de diseño de Custom Fabrics, ofrece una introspectiva dentro del proceso creativo. Harry Gobble, director general de nuestro nuevo grupo de Distribución, ilustrando como las adquisiciones de The Astrup Company y John Boyle & Company nos está acercando más a nuestros clientes.

Hal Hunnicutt director de mercadotecnia para Custom Fabrics, expone como respaldamos la marca Sunbrella®, mientras que David Corfmat, director general de ventas y mercadotecnia de Dickson-Constant, describe nuestra propuesta de mercadotecnia en los mercados Europeos altamente competitivos. Leib Oehmig director general de Glen Raven Custom fabrics- América, resalta la increíble variedad de servicios de soporte necesarios para los textiles de rendimiento.

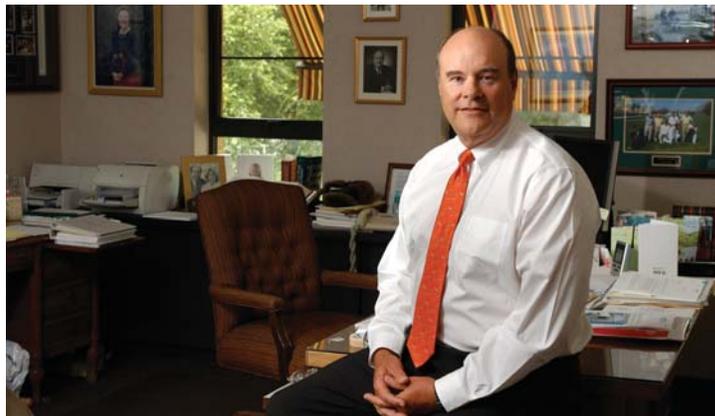
John Coates, vicepresidente de investigación y desarrollo para Custom Fabrics, y Thierry Mosa, director de ventas y mercadotecnia de Dickson Coatings, lo llevan dentro del proceso de investigación y desarrollo. Finalmente, el Director de Finanzas Gary Smith identifica las maneras como aseguramos nuestra solidez financiera.

Al finalizar de leer esta edición espero que usted haya obtenido un mejor entendimiento y apreciación sobre la infraestructura que Glen Raven ha construido en apoyo a nuestros clientes. Nuestro compromiso con productos innovadores, liderazgo en la industria y servicios ejemplares sigue siendo profundo y continuo.

Gracias por su interés y apoyo a Glen Raven, y como es costumbre, están bienvenidas en cualquier momento, sus preguntas y comentarios.



Allen E. Gant, Jr.  
Presidente





AMPLIANDO  
TÉRMINOS DEL  
COMPROMISO

**H**ace 10 años cuando me integré a Glen Raven, era el primer representante legal que la compañía había tenido. Como la primera persona en cubrir este puesto disfruté de la oportunidad de definir las funciones que, según mi opinión, un abogado debe de cumplir dentro de una organización como Glen Raven.

Están las obligaciones obvias, contratos, requisitos reguladores, protección de las marcas registradas, cuestiones de contratación y otros cientos de cosas de materia legal y contractual. En relación a esto, he manejado compañías externas que ofrecen habilidades especializadas.

Los valores establecidos en nuestra visión corporativa, defender la integridad, calidad, innovación, mercadotecnia, finanzas, asociados, seguridad y medio ambiente sirven como fundamento para definir mi misión. Como representante legal, puedo influenciar a cada una de estas áreas para el beneficio de los clientes de Glen Raven alrededor del mundo. Mi enfoque es colaborar ofreciendo consejo y ayuda a nuestros equipos directivos para encontrar la mejor manera de llevar a cabo diferentes planes de negocios.

La evidencia del enfoque integral del representante legal de Glen Raven, se ve reflejada en mi papel como el presidente del Comité de Mercadotecnia corporativo, en relación con nuestro Departamento de Nuevas Fronteras, el cual sirve como nuestra fuerza directiva de innovaciones, y supervisión de las comunicaciones corporativas.

Todas estas responsabilidades, incluyendo la participación en el Comité Ejecutivo y la función de secretario de la Consejo Directivo, me brindan la oportunidad de modificar la manera como servimos a nuestros clientes y como nos involucramos en mercados a los que atendemos globalmente. Mi meta es motivar el pensamiento innovador y la sólida toma de decisiones que promoverá la confianza de nuestros clientes, socios de la industria y asociados.

El puesto de representante legal es también importante para incrementar el valor de nuestra ya creciente familia de marcas, la cual cuenta actualmente con más de 20. Trabajo con otras personas para desarrollar enfoques que nos permitan compartir nuestra propiedad intelectual con clientes dentro de una lista creciente de socios de la industria.

Durante la década anterior, he tenido el placer de trabajar en equipos de Glen Raven que han implementado estrategias que nos han permitido servir como un recurso valioso para nuestros clientes, la adquisición de Dickson SA, la descontinuación de nuestro negocio de hilos, la construcción de nuestra planta nueva en China y la adquisición de dos compañías nacionales de distribución. Mi papel no ha sido únicamente el de asegurar que los requisitos legales se cumplan en estas transacciones, sino además el de asistir a la dirección en alcanzar las metas de negocios propuestas para estas iniciativas estratégicas manteniéndonos fieles a nuestro sistema de valores.

La complejidad de los mercados globales, la velocidad en que se dan los cambios y las comunicaciones han hecho que el trabajo de equipo, interno y con nuestros clientes, nunca haya sido tan importante. El compromiso de Glen Raven con una perspectiva más amplia acerca de la función del representante legal continúa junto con un legado de tratos justos, integridad, pensamiento creativo y relaciones con beneficios mutuos.

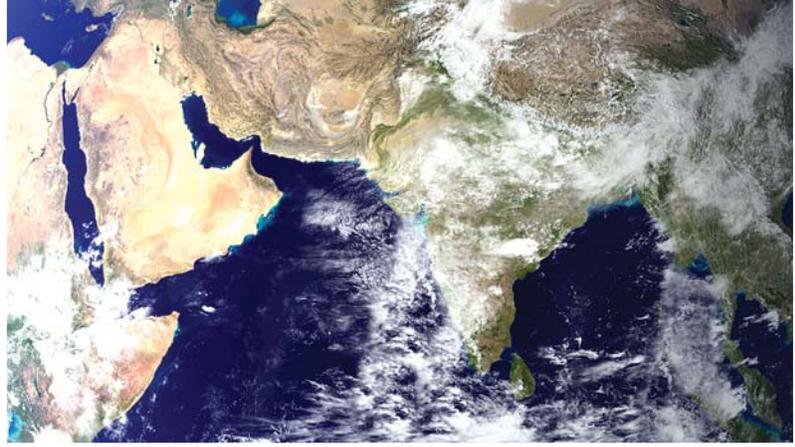
---

*Carl E. Wallace es vicepresidente, secretario del consejo directivo y representante legal de Glen Raven, Inc., puesto que ha mantenido desde 1997. Tiene una Licenciatura en Derecho por la Universidad Chapel Hill de Carolina del Norte.*



“Los valores establecidos en nuestra visión corporativa, defender la integridad, calidad, innovación, mercadotecnia, finanzas, asociados, seguridad y medio ambiente sirven como fundamento para definir mi misión”.

CULTIVANDO UNA  
FUERZA LABORAL  
GLOBAL Y DIVERSA



**H**ay tantas maneras para cultivar una fuerza laboral culturalmente diversa; reclutamiento, entrenamiento, cumplimiento normativo, por mencionar algunas. En Glen Raven seguimos todas estas prácticas, pero los factores clave para la diversidad cultural dentro de nuestra Fuerza Laboral han sido la expansión global, los cambios en el mercado y los clientes que atendemos.

La primera gran infusión de diversidad cultural en Glen Raven sucedió en 1998 cuando adquirimos Dickson S.A. De la noche a la mañana, empleamos casi 1,000 asociados franceses, sin mencionar los representantes de mercadotecnia de Dickson en Asia, el Medio Oriente y en el resto del mundo. Esta adquisición nos permitió abrir nuestra compañía a diferentes maneras de pensar acerca de los productos, mercados y clientes.

La expansión de personal de ventas y mercadotecnia alrededor del mundo ha continuado para engrandecer la diversidad cultural de nuestra fuerza laboral. Desde Australia hasta América Latina y desde Suecia hasta Carolina del Sur, la gente de Glen Raven tiene una gran variedad de orígenes.

Otra infusión importante de diversidad cultural ocurrió con la apertura de nuestra planta en China. 18 meses de construcción y proceso de arranque le brindó la oportunidad a nuestros asociados americanos, de poder brindar mayor servicio en Asia, donde trabajaron mano a mano con sus homólogos Chinos.

Fue muy grato ver como nuestros asociados estaban ansiosos por ofrecerse a trabajar varias semanas para ayudar a entrenar, a los nuevos empleados en China, la manera de hacer negocios de Glen Raven. Estos asociados regresaron a Glen Raven con un profundo respeto por la ética laboral de sus nuevos colegas Chinos.

Mientras que el crecimiento de la economía global ha sido uno de los factores más importantes de diversidad dentro de nuestra compañía, también hemos tenido a cargo la contratación de nuevos talentos, para la compañía, debido

a los cambios que han surgido en la cadena de suministro. El servicio técnico que anteriormente era provisto por vendedores ya no está disponible, esto ha requerido la contratación de diversos talentos desde especialistas en hilos hasta directores de producto y mercadotecnia.

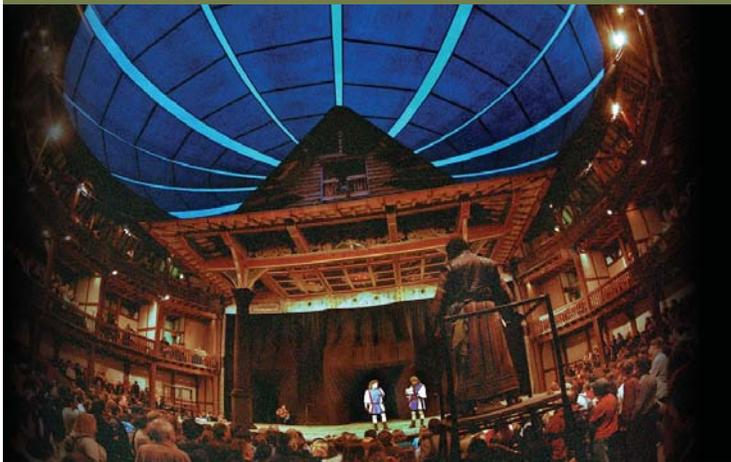
Todos estos cambios han elevado las expectativas que tenemos acerca de nuestros asociados. Mientras que los conocimientos tecnológicos son necesarios, buscamos empleados orientados a los clientes y a la mercadotecnia. Valoramos empleados disciplinados, plenamente desarrollados y que trabajen bien como miembros de un equipo.

Tenemos la fortuna de que Glen Raven sea considerada como un buen lugar para trabajar y que esté bien relacionada dentro de la industria. Mientras que hacemos contrataciones de diferentes fuentes, hemos encontrado que veteranos profesionales se acercan a nosotros cuando están listos para un cambio en su carrera. Glen Raven cuenta con un programa de prácticas internacionales.

Sin embargo no es suficiente la contratación de personas estupendas, también hay que conservarlas. Glen Raven también ha sido afortunado en este aspecto. Nuestra cultura que fomenta la independencia, emprendimiento e innovación nos ha llevado a mantener compromisos de largo plazo con talentosos asociados.

Los mercados y clientes que Glen Raven atiende actualmente son increíblemente diversos y es nuestra meta asegurar que nuestros asociados reflejen esta diversidad cultural. Alcanzaremos esta meta acogiendo una cultura innovadora, una visión global, reconociendo los logros individuales y permitiendo, a estas talentosas personas, la libertad necesaria para alcanzar todo su potencial.

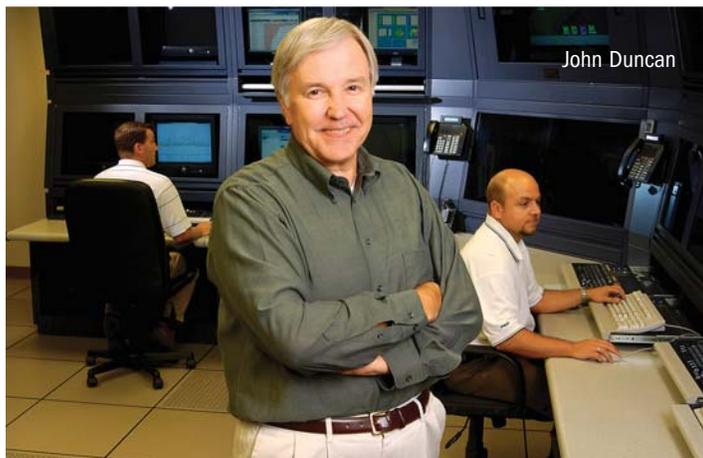
*William S. Chandler, Vicepresidente de recursos humanos de Glen Raven, se incorporó a la compañía en 1982 en la planeación estratégica, responsabilidad que actualmente mantiene. Tiene una licenciatura en inglés y una Maestría de la Universidad de Carolina del Norte, Chapel Hill.*



“Los mercados y clientes que Glen Raven atiende actualmente son increíblemente diversos y es nuestra meta asegurar que nuestros asociados reflejen esta diversidad cultural”.



## JOHN DUNCAN VICEPRESIDENTE, SERVICIOS DE INFORMACIÓN



John Duncan

## ENLAZANDO A TODOS CON LA INFORMACIÓN

Desde la planeación de la producción hasta la mercadotecnia y desde la dirección general hasta los clientes, el vínculo común es la información, no solamente información, sino información en tiempo real, procesable, que cuente con un formato fácil de entender, 24/7, cuando y donde sea necesaria, confiable y eficiente. Es un orden primordial que Glen Raven ha adoptado.

Durante varios años, hemos invertido fuertemente en sistemas de información que integren nuestras operaciones globales. Contamos con una base de datos Oracle y aplicaciones de software Jomar, estos sistemas han alcanzado niveles de confiabilidad de cerca del 100 por ciento.

Nuestro período de inactividad más representativo ocurrió en 1999 cuando un equipo de construcción dañó una línea eléctrica que ocasionó, que nuestra planta en Burnsville, estuviera seis horas fuera de línea. En contraste, un terremoto en China no tuvo ningún impacto en nuestra conexión con Glen Raven Asia.

Para nuestros equipos directivos, los sistemas integrados de información significan que siempre tendrán la información que necesitan en tiempo real para tomar las decisiones relacionadas con inventarios, programas de producción y planes de negocios. Para nuestros clientes, estos sistemas proporcionan información actual acerca de pedidos desde el momento en que se realizó el orden hasta su entrega.

Actualmente proporcionamos apoyo de información a nuestras operaciones en Norte América, así como Glen Raven Asia en

China. Nuestras subsidiarias francesas tienen sus propios sistemas de información, al mismo tiempo que se cuenta con una interfase con el centro de datos en los Estados Unidos para la consolidación de inventarios, e información de ventas y mercadotecnia.

Con ciclos de vida de tres a cinco años del hardware y software, estamos comprometidos con una tecnología de punta, pero sin llegar al extremo. Evaluamos la inversión potencial en base a los beneficios para el cliente y seleccionamos únicamente aquellas que van mejorar significativamente nuestros productos y servicios. Nuestras evaluaciones incluyen componentes particulares de hardware y software, además de pruebas acerca de cómo estos elementos se pueden integrar en nuestra red empresarial.

La complejidad de nuestros sistemas de información nunca ha sido tan buena como hoy. Planeación de los recursos materiales para nuestras plantas, por ejemplo, considerando que se requiere una gran variedad de colores, estilos, materiales y fuentes. Glen Raven como una verdadera operación a la medida, requiere más y mejor información que antes.

La Integración de Astrup Company y John Boyle & Company es nuestra prioridad principal, además de la creación de un sistema dashboard de reportes para los directores ejecutivos. Para la primavera del 2008, habremos creado un sistema dashboard de reportes, de segunda generación que mejorará el acceso en línea de los directores al inventario en tiempo real, información de producción y de ventas, lo que dará como resultado mejores tomas de decisiones en apoyo a nuestros clientes.

Como la información es de suma importancia para los asociados y clientes de Glen Raven, nuestro Departamento de Servicios de Información ha adoptado una mentalidad de buró de servicios. A cada solicitud se le brinda una atención inmediata, establecemos nuestras prioridades en base a las necesidades de nuestros clientes.

Con la información como el enlace global de Glen Raven, la consistencia y acceso oportuno a la información se toma como un hecho. La infraestructura de información de Glen Raven nos mantendrá enlazados, a través de un enfoque de colaboración con nuestros asociados, relaciones de trabajo cercanas con nuestros clientes y un enfoque disciplinado hacia la introducción de nuevas tecnologías.

---

*John Duncan, vicepresidente de servicios de información, ha estado en Glen Raven por 23 años, atendiendo en una variedad de puestos administrativos. Tiene una licenciatura en economía por la Universidad del Este de Carolina.*



LANCE CARTER  
DIRECTOR TÉCNICO,  
STRATA SYSTEMS

## ASESORANDO, VENDIENDO, ATENDIENDO

Nuestra compañía está muy involucrada en la asesoría de ventas debido a la naturaleza técnica de nuestros productos de refuerzo de suelos, genéricamente conocidos como “geomallas” y de marca Stratagrid®. El tremendo número de variables en cada aplicación y las maneras críticamente importantes como se usan nuestros productos requiere de un enfoque de ventas especializado. Cuando estas construyendo un muro de contención de 90 pies para retener un talud de un centro comercial, no hay margen de error.

Idealmente, nuestra organización de ventas o un distribuidor identificará un promotor residencial o comercial que necesite de nuestra asistencia en las primeras etapas del desarrollo del lugar, ya sea un centro comercial, un complejo multi-familiar o una subdivisión familiar individual. Este enfoque nos permite ayudar en la guía de soluciones para taludes y muros de contención desde el inicio. Nadie conoce mejor nuestros productos que nosotros, así que entre más pronto nos involucremos en un proyecto podremos proporcionarles más valor.

En otro contexto, nos llaman ya que el proyecto ha sido diseñado y está en oferta. En muchas de estas ocasiones, podemos usar nuestro conocimiento técnico para sugerir alternativas en el diseño que sean igual o más efectivas para reducir los costos del promotor. Nuestra experiencia en “ingeniería de valores” es extremadamente importante para los promotores.

La demanda de nuestros productos y de nuestra experiencia seguirá creciendo mientras que los promotores estén interesados

por nuestra manera creativa de construcción en sitios que puedan no ser los ideales. En una situación, asistimos a un promotor con una estructura de contención de 93 pies que le permitía continuar con un gran complejo de ventas el cual no hubiera sido posible de otra manera. Comúnmente trabajamos con muros de contención de 20 a 30 pies o más.

No solamente proporcionamos asesoría a ingenieros y promotores, nuestro equipo técnico es también responsable de proporcionar información técnica de nuestros productos a la profesión de ingeniería asegurando la calidad de nuestros productos. Promocionamos la tecnología de refuerzos de suelo a través de la distribución de información técnica y relacionándonos en asociaciones de la industria que promueven el desarrollo de estándares nacionales.

En términos de asegurar la calidad, nuestro diverso portafolio de productos de refuerzo de suelos tiene una expectativa de rendimiento de 75 a 100 años o más, lo que requiere de pruebas extensas, incluyendo revisiones externas por laboratorios independientes. Revisamos el uso de nuestros productos en una variedad de situaciones, incluyendo las condiciones del terreno y combinación de productos. Esta información nos permite especificar el producto adecuada para cada aplicación.

Los recursos que brindamos al mercado comienzan con la investigación y desarrollo y en nuestras instalaciones de manufactura en Carolina del Norte y Georgia. Nuestra inversión en tecnología de vanguardia de la industria nos permite ofrecer productos únicos con un largo record de confiabilidad. Además contamos con experimentados agentes de ventas y representantes técnicos que abarcan completamente a los Estados Unidos, y que pueden asistir a promotores, ingenieros y a nuestros equipos en las oficinas centrales de la compañía. También proporcionan ayuda adicional con el diseño de proyectos.

Cuando se trata de tecnología de geomallas, la combinación de productos con alta tecnología y avezada experiencia es críticamente importante. Nuestra posición de liderazgo continuará basándose en estos factores esenciales.

---

*Lance Carter es director técnico de Strata Systems, compañía especializada en tecnología de geomallas que fue adquirida como parte de John Boyle & Company. Ingeniero profesional registrado y graduado en Ingeniería Civil por Virginia Tech. Carter tiene más de 15 años de experiencia en ingeniería y productos de construcción.*



CAMBIANDO  
LAS RAYAS DE  
SUNBRELLA®



**E**n el verano del 2004, la sección del hogar del Washington Post publicó una historia bajo el encabezado “Sunbrella® Cambia sus Rayas”. El artículo describía como los textiles de rendimiento favoritos de América, muy asociados con colores sólidos y rayas anchas, estaba evolucionando.

“En terrazas interiores y cuartos de juego, en sillas de comedores y bancos de cocina, es muy probable que un textil se dañe con los desastres que ocurren al interior, manchas y pérdida de color, que eventualmente marcarán cada silla y sofá”, “Teniendo como objetivo los interiores familiarmente amigables, Sunbrella, la compañía que ha construido una reputación en cubiertas para toldos y accesorios marinos, espera ahora tapizar el interior de sus hogares” informó el Post.

La metamorfosis que el Post destacó, continúa, resultado de la avanzada tecnología en textiles y diseños con inspiraciones de todo el mundo. Tejidos Jacquards, combinaciones innovadoras de hilos y modernos terminados de textiles han cambiado la apariencia y percepción de los textiles Sunbrella, todo bajo el mando cuidadoso del dedicado equipo de diseño de Glen Raven.

Nuestro equipo está compuesto por el grupo de diseñadores más talentosos con los que he tenido el placer de trabajar en los 20 años que tengo en la industria. Cada uno de ellos trae al equipo un talento único, experiencia individual y entusiasmo desenfrenado.

Recorremos el mundo en busca de la nueva gran tendencia, Maison & Objet en Paris, Decosit en Bruselas y Heimtex en Frankfurt son las principales exhibiciones Europeas de la industria a las que asistimos, Además participamos en Neocon en Chicago y en la Hospitality Design Expo en las Vegas para mantenernos en contacto con los mercados futuros y de hospedaje.

Estas exhibiciones, junto con los eventos centrales de nuestros clientes, como el Casual Furniture Market en Chicago, International Home Furnishing Market en High Point,

Industrial Fabrics Association International Expo e International Boat Builders Exposition, hacen posible que nuestros equipos entiendan las tendencias dentro de los diferentes segmentos del mercado.

Los diseñadores de Glen Raven tienen un rol dinámico en el establecimiento de las tendencias de colores, a través de su participación en el Grupo de Mercadotecnia del Color. No solamente atendemos a cada conferencia, sino que dirigimos talleres que puedan ayudar a definir las tendencias de las temporadas que vienen. Este verano me invitaron a dar una presentación acerca de las tendencias de colores en exteriores en la Conferencia Regional del Sureste del grupo.

Debido a que la comunidad del diseño de interiores está ávida de textiles de rendimiento hermosos como Sunbrella, somos socios de la industria nacional en la Sociedad Americana de Diseñadores de Interiores. Es muy importante que conozcamos y entendamos los retos de la comunidad del diseño de interiores para que podamos producir productos que cumplan sus necesidades.

Una de las cosas que hacen únicos a nuestros diseñadores es como trabajan de cerca con sus clientes, y con nuestros equipos de ventas, lo que les da una maravillosa introspección del mercado. Cada diseñador tiene un sentido particular del estilo y diseño combinado con un profundo entendimiento de las necesidades individuales del cliente.

A pesar de que nuestro trabajo de diseño es muy exigente, se recompensa cuando satisfacemos las necesidades de nuestros clientes con diseños exclusivos o cuando presentamos un nuevo textil para diseñadores de interiores o editores de revistas y ellos no pueden creer que se trate de Sunbrella

*Gina Wicker es directora de diseño de Glen Raven Custom Fabrics, puesto que ha tenido por casi cinco años. Cuenta con un título en textiles por la Universidad Estatal de Carolina del Norte y una Maestría en Administración de Negocios de Duke University.*



“Tejidos Jacquards, combinaciones innovadoras de hilos y modernos terminados de textiles han cambiado la apariencia y percepción de los textiles Sunbrella, todo bajo el mando cuidadoso de nuestro dedicado equipo de diseño de Glen Raven”.

**SUPERIOR:** Textiles Sunbrella® para interiores residenciales.

**PÁGINA OPUESTA:** Izquierda: Gina Wicker; Superior: Equipo de diseño de Sunbrella, de izquierda a derecha, Nicole Ziecik, Amy Rochester, Sara Hall, Emily Cosgrove, Greg Voorhis, Anderson Hicks, Gina Wicker, Claire Madera, Linda Barbuto.



ACERCÁNDONOS  
A NUESTROS  
CLIENTES

# HARRY GOBBLE ■ DIRECTOR GENERAL, GLEN RAVEN DISTRIBUTION GROUP

Cada negocio busca maneras innovadoras para construir relaciones con el cliente. Planear juntas, boletines informativos, mensajes regulares de correo electrónico, llamadas telefónicas, salidas al campo de Golf, etc., y cada negocio ha intentado virtualmente todas estas técnicas para mantener y construir relaciones cercanas con sus clientes.

Glen Raven no es la excepción. Preparamos a nuestros representantes de mercadotecnia en todos nuestros segmentos del mercado, editamos publicaciones, en cualquier oportunidad nos comunicamos de más, viajamos miles de millas para visitar exhibiciones relacionadas con la industria y disfrutamos una que otra ronda de golf al año, todo con la idea de mantenernos cercanos a nuestros clientes para poder construir relaciones y obtener una idea de sus necesidades cambiantes.

Con nuestra adquisición y fusión con The Astrup Company y John Boyle & Company hemos tenido un gran avance al acercarnos con nuestros clientes de toldos y marinos. Mientras que en el pasado, le suministrábamos textiles a Astrup y Boyle, los cuales vendían a clientes, ahora la responsabilidad de brindar apoyo a los clientes directos es de Glen Raven, y es bienvenida.

La creación de Glen Raven Distribution Group, nos ofrecerá cercanía con nuestros clientes como nunca antes la habíamos tenido en nuestros 127 años de historia. Hemos asumido esta responsabilidad con confianza debido a la amplia experiencia que ofrecen Boyle y Astrup. Por más de 100 años, estas compañías han estado en el negocio de la distribución, cambiando con el tiempo. Han construido una fuerte infraestructura nacional centrada en la entrega puntual de productos y la provisión de servicios de calidad

El equipo de transición de Glen Raven ha estado revisando en los últimos meses los recursos de estos líderes de la industria. Hemos buscado la manera de unir nuestras operaciones y afianzar nuestros recursos combinados para el beneficio

de nuestros clientes. El equipo de transición ha identificado diversas oportunidades para el beneficio de nuestros clientes. El equipo de transición ha identificado varias oportunidades para una operación más sólida y más eficiente a través de la puesta en común de los recursos.

Crear una organización de distribución más eficiente, es sólo el principio. Estamos comenzando a apreciar como puede contribuir la combinación de nuestros recursos para mejorar el control del inventario y disponibilidad de los productos. Como fabricantes y distribuidores, estamos en posición de tener una visión comprensiva de los inventarios de los productos, desde la fábrica a través de los centros de servicio y almacenes. Traduciremos estos conocimientos en un mejor servicio.

Más allá de la administración de la cadena de suministro, las relaciones cercanas desarrollan el potencial para la creación de nuevos productos y servicios innovadores. Podemos saber de primera mano lo que nuestros clientes necesitan y lo que sus clientes demandan. Trabajando juntos, podemos mejorar nuestras ofertas existentes y lanzar nuevos productos.

Acercarnos a nuestros clientes es ciertamente un ejercicio de formación de relaciones y de cultivar la confianza y la lealtad. El Glen Raven Distribution Group irá en busca de estas vías, pero además llevará a este proceso todavía más allá.

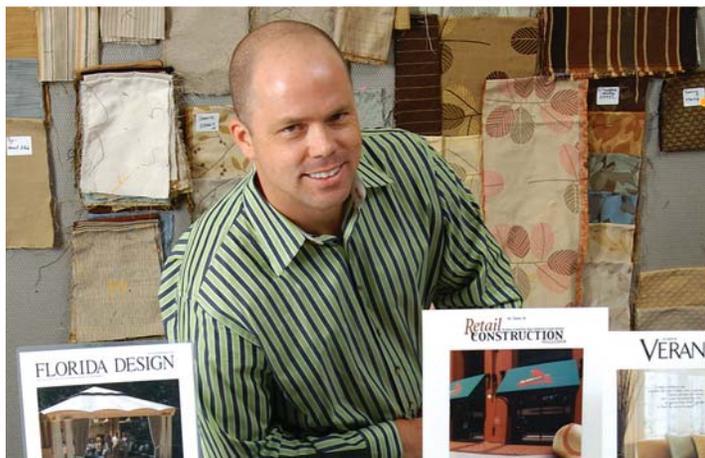
Nuestra visión para el futuro es mantener a los mercados creciendo para el beneficio de todos, no solamente porque operamos una cadena de suministro eficiente, sino porque estamos cerca de nuestros clientes y del último usuario de muchos de nuestros productos, el consumidor.

*Harry Gobble, director general de Glen Raven Distribution Group, veterano de 28 años con Glen Raven, en sus inicios en roles de ventas y mercadotecnia, incluyendo director de mercadotecnia de Custom Fabrics. Tiene un título en administración de negocios por Virginia Tech.*



“Más allá de la administración de la cadena de suministro, las relaciones cercanas desarrollan el potencial para la creación de nuevos productos y servicios innovadores”.

## HAL HUNNICUTT DIRECTOR DE MERCADOTECNIA, CUSTOM FABRICS



### 12 CONSTRUYENDO LA MARCA SUNBRELLA®

Una marca líder en la industria no es una casualidad. Tiene que ser definida, comunicada, respaldada e innovadora. Pero lo más importante de todo es que una marca exitosa debe de ser representada de una manera que sea consistente con sus valores y relevante para su audiencia.

Así es la historia de Sunbrella®. Fue lanzada en 1961 con la visión de convertirse en el textil preferido para toldos entre los profesionales de la industria. En los últimos 46 años, la innovación de productos ha extendido a Sunbrella a una variedad de aplicaciones, incluyendo lonas marinas, cubiertas para automóviles convertibles y tapicería para muebles de interiores y exteriores de hogares y negocios.

Actualmente Sunbrella no es el producto que era en 1961. La constante inversión en investigación y desarrollo; mejoras en el proceso de producción y un equipo de mercadotecnia que constantemente se pregunta “¿Qué tal sí...?” han mejorado el rendimiento y expandiendo los colores, estilos y líneas de construcción. Con el paso del tiempo Sunbrella continúa mejorando y siendo más útil.

En nuestra trayectoria, nos hemos enfocado en crear el textil de rendimiento más durable disponible para usos particulares. Solamente usamos el nombre de Sunbrella cuando se trata de un textil que cumpla lo prometido. Clientes y consumidores saben que pueden confiar en Sunbrella y que Glen Raven sustentará la promesa en pro de su satisfacción. El resultado del conocimiento y preferencia por Sunbrella es el fruto de nuestra estrategia de marca.

En términos del respaldo de marca, Glen Raven ha construido la marca Sunbrella a través de un comercio consistente y publicidad dirigida al consumidor que inició con el lanzamiento del producto hace 46 años y ha ido creciendo solidamente desde entonces. La Publicidad en los medios y revistas de consumidores alcanza a más de 41 millones de personas anualmente.

Asociado con la publicidad están los patrocinios en exhibiciones del hogar, que incluyen 12 casas de decoración de costa a costa este año, respaldado por las principales publicaciones para consumidores. Cada exhibición del hogar típicamente atrae de 20,000 a 30,000 visitantes y permite a los consumidores experimentar las aplicaciones de Sunbrella. Sunbrella alcanza a más millones de personas a través de destacados despliegues editoriales en artículos de revistas que patrocinan estas casas de decoración.

Respaldamos la marca Sunbrella a través de un programa de relaciones públicas continuo. La ubicación de productos y menciones en artículos llegarán a más de 100 millones de lectores este año. Escritores y editores quienes se especializan en decoración del hogar conocen y respetan a Sunbrella como se puede ver en la cantidad de espacio editorial dedicado a la marca.

Otro respaldo de la marca incluye la participación en las principales exhibiciones de la industria, como es la Asociación Internacional de Textiles Industriales, La Expo Internacional de Fabricantes de Barcos, El mercado de Muebles Casuales y la expo del Diseño y Hospedaje. Glen Raven cuenta con dedicados directores de mercado de toldos, marinos, muebles casuales, muebles residenciales y muebles comerciales quienes dirigen el desarrollo del producto y mercadotecnia de sus marcas respectivas.

La infraestructura que respalda a Sunbrella y a todas las marcas de Glen Raven continúa construyéndose en la historia de liderazgo e integridad de 127 años de la compañía. La estrategia de marca es crítica para nuestro éxito, y usted puede tener la certeza de que Glen Raven mantendrá a la marca Sunbrella creciendo saludablemente.

---

*Hal Hunnicutt es el director de mercadotecnia de Glen Raven Custom Fabrics. Hunnicutt ha estado en Glen Raven por 12 años, incluyendo la planeación estratégica, dirección de marca, productos y cuentas. Cuenta con títulos de la Universidad de Carolina del Norte, Chapel Hill y la Universidad Estatal de Carolina del Norte y una Maestría en Negocios de UNC.*



## DAVID CORFMAT DIRECTOR GENERAL DE VENTAS Y MERCADOTECNIA, DICKSON-CONSTANT

### LA MERCADOTECNIA PUSH/PULL EN EUROPA

**C**on instalaciones de manufactura substanciales cerca de Lille, Francia, muchas personas se sorprenden al saber que nos vemos a nosotros mismos como una compañía de mercadotecnia. Esta visión no es para descalificar nuestras capacidades de manufactura, las cuales tienen clase mundial, sino para enfatizar que la mercadotecnia, la identificación con el producto y diferenciación de productos son esenciales en Europa y en todos los mercados a los que atendemos.

Nuestra estrategia de mercado es extensa, incluyendo la publicidad dirigida al consumidor y a la industria, salas de exhibición, software de diseño, presencia en Internet y muestreo, todo esto para respaldar una estrategia pull/push de las marcas Dickson® y Sunbrella®. La investigación y el desarrollo y el muestreo engloban nuestra estrategia de mercadotecnia, y apoyamos a una red de distribuidores de toldos. En Dickson, también proporcionamos un servicio completo de distribución.

Vendemos en mercados altamente competitivos, especialmente en Europa, lo que significa que el reconocimiento de la marca y la creatividad son muy importantes. Debido a la fuerza de la marca Dickson para textiles de toldos y Sunbrella para aplicaciones marinas, podemos proporcionar excelentes productos a todos nuestros clientes.

Nuestra creatividad en la mercadotecnia se puede ver en nuestros anuncios, incluyendo el reciente spot de televisión que presenta

un personaje disfrazado “Sr. Sol” que es mantenido a raya por los toldos hechos de textiles Dickson. Otro elemento creativo de mercadotecnia que ha sido exitoso es un programa de software que permite a los consumidores ilustrar las aplicaciones de toldos para sus hogares con los textiles Dickson. Este programa no sólo muestra el diseño, sino que además genera una cotización detallada.

Desde un punto de vista estratégico, uno de nuestros programas de mercadotecnia más importantes es nuestra red de programas de mercadotecnia Storiste Agree Dickson (SAD), que se traduce como el programa “Distribuidor Oficial de Dickson”. Lanzamos un programa similar en 1988 y revigorizamos nuestro esfuerzo en el 2006 con la creación del SAD, que consiste en 170 distribuidores de toldos en Francia, Bélgica y en los Países Bajos que están de acuerdo en apoyar esta aventura conjunta de mercadotecnia. Cada distribuidor presenta a los textiles Dickson con el logotipo del SAD en anuncios locales, en vehículos de instalación y a través de materiales publicitarios. El programa esta proyectado para expandirse en España y en Italia en el 2008.

Los miembros del SAD se benefician con nuestros programas de publicidad en televisión nacional, que no pudieran pagar si trabajaran de manera independiente. Cada miembro tiene derechos exclusivos para usar campañas locales de televisión. Además, ofrecemos kits de mercadotecnia que permiten al distribuidor usar programas de publicidad nacionales en una base local y a comerciar toldos al menudeo.

La red de distribuidores SAD tiene acceso a una exclusiva variedad de 20 textiles y puede usar un sitio de Internet de diseño a la medida que proporciona más de 10,000 cotizaciones de toldos a la medida para los distribuidores SAD al año.

La mercadotecnia en Europa es cuestión de creatividad, sociedades y estrategias pull/push. El éxito continuo en los mercados de alrededor del mundo, altamente competitivos, requiere de pensamiento creativo, innovación continua, marcas sólidas y la habilidad para ganarse la lealtad y confianza del consumidor. Nuestra red SAD va más allá para ayudar alcanzar todas estas metas para el beneficio de nuestros clientes.



David Corfmat

*David Corfmat es director general de ventas y mercadotecnia de Dickson-Constant en Wasquehal, Francia. El se incorporó a la compañía hace más de 12 años y ha tenido una variedad de puestos en los servicios de exportación. Corfmat asistió a la escuela de negocios en París.*

# ENFATIZANDO “A LA MEDIDA” EN CUSTOM FABRICS



# LEIB OEHMIG ■ DIRECTOR GENERAL, GLEN RAVEN CUSTOM FABRICS, AMÉRICA

**L**a era de la personalización masiva es una tendencia que ha sido pronosticada por muchos años. Futuristas visualizan un punto en la historia cuando los consumidores tendrán miles de opciones para cualquier producto virtualmente, todo hecho posible a través de la tecnología.

En Glen Raven Custom Fabrics estamos alcanzando rápidamente la personalización masiva, con miles de SKUs pasando anualmente a través de nuestras instalaciones de manufactura en Anderson. Con el creciente número de colores, estilos, productos y mercados, la palabra “Custom” (a la medida) de nuestro nombre ha tomado un mayor significado.

Los recursos para sustentar las operaciones de personalización masiva, como las nuestras, son extensos. Todo comienza en nuestras instalaciones de manufactura en Anderson, operación integrada verticalmente con un millón de pies cuadrados de instalaciones, que se mantiene como una de las más modernas y altamente automatizadas de la industria textil. Originalmente se abrió en 1995 y hemos continuado invirtiendo en estas instalaciones, incluyendo un programa recientemente anunciado de mejoras con una inversión \$20 millones que durará tres años.

Además de la manufactura, en las instalaciones de Anderson se dan lugar las funciones de apoyo en control de calidad, investigación y desarrollo (que se abarcan en otra parte de esta edición), y planeación de recursos para productos, entre otras.

Más allá de las instalaciones en Anderson, Custom Fabrics tiene un gran número de recursos que son vitales para nuestro negocio. El equipo de diseño, también comentado en esta edición, proporciona inspiraciones de estilo y color, teniendo a uno de sus miembros asignado a la planta de Anderson. Esta cercana relación de trabajo entre el diseño y la manufactura nos ayuda a asegurar que los nuevos colores y estampados sean trasladados auténticamente a los textiles que producimos.

También Mercadotecnia mantiene una relación cercana con Anderson, la cual está descrita en esta edición en un artículo por Hal Hunnicutt. Nuestra planta en Anderson es

parte esencial de nuestra historia de mercadotecnia, y nuestros clientes disfrutan al visitar nuestra planta, que próximamente tendrá una sala de exhibición para presentar nuestros productos.

En los años pasados, hemos sumado gerentes de mercado a Custom Fabrics, brindándonos un enfoque dedicado a toldos, marinos, mercados de muebles y mercados futuros. Nuestros gerentes de mercado nos mantienen en cercanía con nuestros clientes y con las tendencias de mercado y además apoyan la investigación y el desarrollo.

También contamos con un experimentado equipo en ventas y mercadotecnia que viaja por el país, trabajando con los fabricantes de toldos y aplicaciones marinas y con los Fabricantes de Equipo Original (OEM). Este equipo sirve como nuestros ojos y oídos en el campo, proporcionando un servicio esencial de enlace.

Otros recursos de Custom Fabrics incluyen equipos de servicio a clientes, finanzas y muestreo de productos. Harry Gobble, que dirige nuestro recientemente formado Grupo de Distribución, ha escrito un artículo para esta edición que describe como los servicios de distribución nos proporcionarán relaciones más cercanas con nuestros clientes.

El éxito de Glen Raven y el éxito de nuestros clientes, se ha basado en nuestra habilidad para identificar y atender nichos rentables de una variedad de mercados de textiles de rendimiento. Cuando eres un especialista, se requiere de una gran variedad de recursos ágiles y talentosos. Estamos orgullosos de tener estos recursos disponibles para nuestros clientes mientras que continuamos promoviendo lo hecho “a la medida”.

*Veterano de 18 años con Glen Raven, incluyendo gerente de sitio en las instalaciones de Anderson en Carolina del Sur, Leib Oehmig es gerente general de Glen Raven Custom Fabrics, América. Tiene un título en Administración de Empresas y una Maestría en Negocios de la Universidad de Clemson.*



“El éxito de Glen Raven y el éxito de nuestros clientes, se ha basado en nuestra habilidad para identificar y atender nichos rentables de una variedad de mercados de textiles de rendimiento”.



JOHN COATES  
VICEPRESIDENTE,  
INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO,  
CUSTOM FABRICS



John Coates

16

## INVESTIGANDO, DESARROLLANDO, INTERMINABLEMENTE

La investigación y desarrollo es un procedimiento interminable. ¿Podemos crear textiles que sean más durables, más cómodos, más atractivos y más comerciables? La respuesta a todas estas preguntas es “Sí”, por este motivo hacemos fuertes inversiones en la investigación y en el desarrollo, año con año.

Nuestros recursos de investigación y desarrollo son extensos, incluyendo laboratorios de investigación en nuestras instalaciones de manufactura, servicios independientes de investigación en los Estados Unidos, Europa, y Asia, investigaciones en centros universitarios y en instalaciones de pruebas al exterior.

En términos de habilidades propias, en mi opinión, tenemos la colección más grande de estaciones climáticas de la Industria. Podemos simular años de exposición ambiental en unas horas al desarrollar nuevos productos y cambiar nuestros textiles existentes.

Recurrimos a centros independientes de investigación para habilidades en pruebas especializadas, como la resistencia al fuego o química básica de polímero. Laboratorios externos son importantes también cuando necesitamos verificación independiente de los resultados de las pruebas internas.

Laboratorios de Universidades incluyen a la Universidad de Clemson en Carolina del Sur, la Universidad Estatal de Carolina del Norte y el Instituto de Tecnología en Textiles en Carolina

del Norte así como centros de investigación en Europa. Las afiliaciones con Universidades nos dan acceso a equipos especializados en pruebas así como la exhibición ante las mejores y más brillantes mentes en tecnología de textiles. Las prácticas ofrecen a los estudiantes experiencia en el mundo real y nos proporcionan la oportunidad de realizar estudios especializados.

Las instalaciones de pruebas al exterior nos permiten exponer a nuestros textiles a condiciones ambientales reales, como es la lluvia ácida, que no se puede duplicar en un laboratorio. Instalaciones de prueba en Florida y Arizona no proporcionan extensa exposición al sol, con Florida ofreciendo la dimensión adicional de exceso de humedad. Estamos también trabajando con centros de prueba al exterior en Colorado donde se usan espejos para intensificar la exposición solar.

Los gerentes de mercado dirigen el proceso de desarrollo, comunicando las oportunidades de clientes y de mercados a nuestros ingenieros textiles quienes se especializan en segmentos de mercado y controlan los trabajos de desarrollo. También les proporcionamos, a nuestros ingenieros, “tiempo libre” durante el cual se les motiva a alcanzar sus propias ideas innovadoras.

Nos parece ideal el tener nuestras instalaciones de investigación y desarrollo ubicadas dentro de los centros de manufactura. La proximidad de la investigación y el desarrollo con la manufactura acelera el proceso de comercialización y asegura el ejercicio interdisciplinario entre, mercadotecnia, I&D, producción, muestreo de tejidos y control de calidad. Solamente en nuestras instalaciones en Anderson, Carolina del Sur llevamos a cabo más de 400 ensayos al mes.

La investigación y desarrollo representa una sustancial y esencial inversión que Glen Raven hace anualmente. Nuestros clientes esperan que mejoremos nuestros productos existentes en términos de estilo y rendimiento en una base continua. Nuestros clientes también confían en que les estaremos ofreciendo nuevos productos, y nuestra meta particular es que el 25 por ciento de ventas anuales se genere a partir de nuevas ofertas.

La investigación y el desarrollo es un proceso interminable. Este es un compromiso que sirve como fundamento del éxito de Glen Raven y que brinda confianza a nuestros clientes para que esperen nuestra siguiente “gran idea”.

---

*John Coates es vicepresidente de investigación y desarrollo de Glen Raven Custom Fabrics. Graduado de la Universidad Estatal de Carolina del Norte en Ingeniería Industrial. Coates ha estado en Glen Raven por 12 años.*



THIERRY MOSA,  
DIRECTOR DE VENTAS &  
MERCADOTECNIA,  
DICKSON COATINGS

## ESTABLECIENDO PRIORIDADES EN UN MUNDO DE OPORTUNIDADES

Con una larga reputación en soluciones con textiles de vanguardia, la investigación y desarrollo son el cuerpo y alma de Dickson Coatings. Tenemos la disciplina para evaluar cientos de oportunidades y seleccionar aquellas con el mejor potencial. También contamos con los recursos para llevar a cada oportunidad desde el concepto a través del desarrollo y por último a la comercialización.

Confiamos en nuestros gerentes de mercado para que nos proporcionen un flujo continuo de nuevas ideas y los miembros de nuestro equipo directivo regularmente asisten a exposiciones, internacionales, de la industria con la meta de identificar nichos. Cada proyecto potencial de desarrollo es filtrado por equipo de ventas y mercadotecnia de Dickson Coatings donde lo evaluamos en base a unas preguntas sencillas, ¿Podemos crear un producto que nadie más ofrezca?, ¿Podrán nuestros clientes apreciar este producto como una oferta con valor agregado?, ¿Tenemos la materia prima disponible fácilmente?, ¿Está creciendo el mercado para este producto y podemos fabricar el textil con un buen rendimiento de la inversión?

Si un proyecto propuesto cumple con todo este criterio, todavía tiene que competir con todas las otras oportunidades potenciales. Requerimos que todos nuestros proyectos de desarrollo deben de caber en una hoja, lo que significa que evaluamos todas las oportunidades unas contra otras para que únicamente lo mejor

de lo mejor llegue a una lista relativamente corta de prioridades.

Después de que un proyecto está liberado para la investigación y el desarrollo, asignamos a un equipo de ingenieros químicos y textiles para que ayuden en cualquiera de nuestras divisiones St. Clair o PTL, dependiendo del segmento del mercado y de la aplicación. Nuestros laboratorios de I&D cuentan virtualmente con todo el equipo necesario para el desarrollo de productos; resistencia, resistencia al fuego, durabilidad, color, habilidad para soldarse, resistencia UV y facilidad para limpiarse. Para nuestros textiles de medios, también hemos adquirido tecnología digital para probar la facilidad de impresión y claridad de imagen.

Este enfoque disciplinado nos sirve también, por ejemplo, siguiendo este método, nuestra división en St. Clair creó la línea de textiles de medios Evergreen, la cual no sólo ofrece excelente claridad de impresión pero que requiere substancialmente menos energía, para fabricarse, que otros materiales para anuncios y no contiene metales pesados. Los principales vendedores a menudeo y espacios públicos prominentes han seleccionado a los textiles Evergreen para sus coloridos y detallados anuncios.

Con este enfoque, nuestra división PTL ha creado un textil para la industria de llantas para facilitar extrudir el hule. Específicamente diseñado para esta aplicación, nuestro textil de recubrimiento de llantas no solamente mejora el manejo de los materiales, pero además se pueden volver a usar, dando como resultado ahorros significativos. Los principales fabricantes de llantas del mundo han adoptado nuestro producto.

Existen tres secretos de nuestro éxito en la I&D, gerentes de mercado que mantienen contacto cercano con clientes y nos proporcionan una introspección de las necesidades de los mercados globales, compromiso substancial con I&D en términos de ingenieros experimentados y equipo de prueba, y un enfoque disciplinado que nos requiere establecer nuestras prioridades en un mundo de oportunidades.

Los principales controladores de la investigación y del desarrollo, en Dickson Coatings, son nuestros clientes quienes dependen de nosotros para la obtención de nuevas ideas que puedan sustentar su crecimiento a largo plazo. Es una responsabilidad tremendamente importante y una de las partes más emocionantes de nuestro negocio, identificar una necesidad, crear una solución y verla crecer y prosperar.



Thierry Mosa, gerente de ventas de Dickson Coatings en Francia, ha estado en Glen Raven por 10 años. Tiene una maestría en ingeniería en ciencia de polímeros.



ASEGURANDO  
SOLIDEZ  
FINANCIERA

**C**on frecuencia me preguntan acerca de la fuente de la solidez financiera de Glen Raven. No existe una fuente, sino varias. Por muchos años hemos invertido fuertemente en nuestras marcas, concentrándonos principalmente en la marca Sunbrella®, creando valores que son bien aceptados por nuestros consumidores.

Tomamos decisiones basadas en hechos, no en emociones, y hemos tenido éxito al anticipar el futuro. Fuimos de los primeros en salir del negocio de la ropa antes de que lo dominara la competencia externa. Construimos nuestra planta en Anderson en un momento cuando la mayoría de los productores de textiles se estaba retirando.

Al mismo tiempo que Glen Raven es sensato financieramente, tenemos el valor de tomar riesgos calculados, tomando en cuenta que tenemos un alza potencial considerable. El adquirir Dickson S.A. nos dio importantes acciones en el mercado de textiles para toldos en Europa y acceso a nuevos mercados globales. La construcción de un centro de negocios para Glen Raven Asia en China está abriendo los mercados Asiáticos. Nuestra adquisición de The Astrup Company y John Boyle & Company está creando oportunidades para productos e innovación de servicios.

La innovación ha sido el centro de nuestra solidez financiera. El respaldo de nuestra marca Sunbrella® y un flujo continuo de nuevos productos, desde los textiles de medios Evergreen hasta trajes de protección para trabajadores, nos permiten capitalizar en nichos rentables.

Nuestro estatus de compañía privada contribuye a nuestra solidez financiera. Tomamos decisiones basadas en los mejores intereses a largo plazo para nuestros clientes y nuestra compañía, no en las expectativas de Wall Street. Estamos más interesados por aumentar las ganancias a largo plazo de nuestros accionistas que ganar cuentas trimestralmente.

Como una empresa comprometida con la integridad, nuestros socios financieros y de la industria pueden entender y confiar en lo que decimos. Si de algo pecamos es de comunicarnos

excesivamente. Queremos que todos nuestros socios comprendan cada nueva aventura que emprendemos.

Mientras que nuestras unidades de operación son responsables de los resultados financieros, el equipo de finanzas juega un papel importante de apoyo. Continuamente colaboramos con nuestras unidades de negocios al evaluar los resultados financieros e interpretar lo que las cifras significan. Nuestro equipo se encuentra en excelente posición para sugerir opciones de estrategias de negocios potenciales, y ajustes operativos cuando los números se salen de lo planeado. Hemos apoyado consistentemente inversiones con capital nuevo cuando se nos presentan argumentos convincentes.

En Glen Raven hemos construido un sólido equipo de finanzas, dedicado a asegurar nuestra estabilidad financiera para el beneficio de nuestros clientes. Con el transcurso de los años, hemos hecho énfasis en la contratación y conservación de profesionales con experiencia significativa en el negocio, incluyendo a Contadores Públicos Certificados.

El aspecto más gratificante al colaborar con Glen Raven en las Finanzas es ver como los números cobran vida. Nuestro equipo trabaja de cerca con las unidades de negocios para calcular los riesgos y para tomar decisiones estratégicas. Cuando se toma la decisión de seguir adelante con una nueva estrategia o inversión de capital, nuestros profesionales en finanzas son parte integral del proceso de toma de decisiones.

¿Cuál es la clave de la solidez financiera de Glen Raven? No existe una sola clave, es el resultado de la toma de decisiones centrada en el cliente, colaboración, integridad, anticipación al cambio, y por último, coraje.

---

*Gary Smith, vicepresidente, tesorero y director de finanzas que se incorporó a Glen Raven en 1998 como director de finanzas de Custom Fabrics y de Dickson. Contador público certificado, Smith cuenta con un título en administración de negocios de la Universidad de Carolina del Norte, Chapel Hill.*



“Como una empresa comprometida con la integridad, nuestros socios financieros y de la industria pueden entender y confiar en lo que decimos. Si de algo pecamos es de comunicarnos excesivamente”.

# AFIRMANDO LA VISIÓN, VALORES



20

**E**n esta edición de Raven, usted ha tenido la oportunidad de enterarse a través de las personas que respaldan el portafolio global de productos innovadores, marcas y servicios de Glen Raven. Como lo ilustran, estos comentarios, nuestra compañía continua cambiando en muchas formas, sin embargo se mantiene centrada en los estatutos de nuestra visión y valores.

Ya sea en el desarrollo de nuevos textiles innovadores para vestiduras de automóviles o tapicería libre de preocupaciones para muebles residenciales, nuestra atención está en mejorar la vida de los consumidores globales a través de un implacable desarrollo y mercadotecnia de las soluciones más innovadoras del mundo. Nuestros valores principales de integridad, calidad, innovación, mercadotecnia, finanzas, asociados, seguridad y medio ambiente funcionan como la brújula global de Glen Raven para alcanzar su misión.

Nuestro Representante Legal Wally Wallace, nos recordó como estamos expandiendo relaciones de negocios alrededor del mundo con integridad en la forma en que tratamos a nuestros clientes y respaldamos nuestros servicios y productos. Una cultura corporativa que fomenta la diversidad cultural entre nuestros asociados nos ayuda a asegurar nuestra

competitividad en los mercados globales, como lo destacó Chan Chandler Vicepresidente de Recursos Humanos.

John Duncan Vicepresidente de Servicios de Información, describió como nuestro compromiso con tecnologías que mejoren la calidad se ha extendido a los sistemas de información, que son cruciales para la dirección de nuestra organización global. La creciente sofisticación de la tecnología que respalda nuestros productos, hace que el soporte técnico para el cliente sea ahora más importante que nunca, esto de acuerdo con Lance Carter, director técnico de nuestro Sistema Strata de geomallas.

Nuestra cultura centrada en la innovación nos inspira a construir marcas, productos y mercados perdurables e impulsa la creatividad de nuestros equipos de diseño de Sunbrella® al mando de la Directora Gina Wicker. La creatividad también se deja ver en adquisiciones adecuadas, que nos permiten demostrar nuestro liderazgo de vanguardia bajo la dirección de Harry Gobble, director general de Glen Raven Distribution Group.

El Director de Mercadotecnia de Custom Fabrics, Hal Hunnicutt y el Director General de Ventas y Mercadotecnia de Dickson

Ya sea en el desarrollo de nuevos textiles innovadores para vestiduras de automóviles o tapicería libre de preocupaciones para muebles residenciales, nuestra atención está en mejorar la vida de los consumidores globales a través de un implacable desarrollo y mercadotecnia de las soluciones más innovadoras del mundo.



Constant, David Corformat nos recordaron la importancia de una cultura de mercadotecnia basada en la satisfacción del cliente y en las necesidades del consumidor. La subsidiaria de Glen Raven Custom Fabrics, bajo el liderazgo del Director General de Glen Raven Custom Fabrics, América, Leib Oehmig, integra a todos estos elementos en una organización que nos motiva hacer de la calidad parte integral de cada producto y servicio.

Los especialistas en la investigación y el desarrollo John Coates y Thierry Mosa nos ofrecieron los elementos necesarios para comprender nuestro compromiso con un enfoque disciplinado y continuo en la innovación. Esta obsesión con la innovación es lo que nos mueve a traer nuevas ideas al mercado anticipadamente a las necesidades actuales de nuestros clientes.

**COMITÉ EJECUTIVO DE GLEN RAVEN DE IZQUIERDA A DERECHA:** Steve Ellington, director general de Glen Raven Custom Fabric, Global; Allen Gant, presidente; Gary Smith, Director de Finanzas; Harold Hill, director general de Glen Raven Technical Fabrics; Wally Wallace, representante legal (sentado); Harry Gobble, director general, Glen Raven Distribution.

En términos de solidez financiera, el Director de Finanzas Gary Smith describe como invertimos en oportunidades que ofrecen crecimiento a largo plazo, aseguran nuestra competitividad global en los principales segmentos de mercado y afianzan nuestro crecimiento en nuestras competencias principales.

Como lo señaló Allen Gant en la introducción de esta edición, el compromiso de Glen Raven con productos innovadores, liderazgo de la industria y servicio ejemplar es profundo y continuo. Esperamos y confiamos que los comentarios siguientes de la carta de Allen hagan que este compromiso cobre vida para usted.

### VISIÓN 2020 QUEST

Glen Raven realizará la vida de los consumidores globales a través de un implacable desarrollo y mercadotecnia de soluciones basadas en textiles de lo más innovador del mundo.

### VALORES PRIMORDIALES:

#### INTEGRIDAD

Sobre todo, integridad en la manera en que tratamos a nuestros clientes y en como respaldamos nuestros productos y servicios.

#### CALIDAD

Dedicación absoluta a la calidad que exceda las expectativas de nuestros clientes:

- Motivarnos para hacer de la calidad parte integral de cada producto y servicio que ofrecemos.
- Comprometernos con la búsqueda interminable de la tecnología que aumenta la calidad.
- Hacer de la calidad la prioridad principal de cada trabajo todos los días.

#### INNOVACIÓN

Reconocemos que la innovación es la ventaja más grande competitiva nuestra y de nuestros clientes:

- Comprometernos con enfoque continuo y disciplinado en la innovación.
- Buscar nuevas soluciones anticipadas a las necesidades actuales de nuestros clientes.
- Crear un sentido de urgencia para proporcionar eficientemente nuevas ideas al mercado.

#### MERCADOTECNIA

Una cultura de mercadotecnia basada en el entendimiento y satisfacción del cliente y de las necesidades del consumidor:

- Nos inspira para crear marcas, productos y mercados perdurables.
- Nos conduce para realizar adquisiciones apropiadas.
- Demanda que demostremos liderazgo de vanguardia.

#### FINANZAS

Dirección sólida que asegure nuestra solidez y estabilidad financiera:

- Asegura nuestra competitividad global en segmentos del mercado solicitados.
- Capitalizar el crecimiento de nuestras principales competencias.
- Invertir en oportunidades de crecimiento a largo plazo.

#### ASOCIADOS

Respeto por nuestros asociados hábilmente capacitados, altamente motivados y recompensados por excederse al satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

#### SEGURIDAD Y MEDIO AMBIENTE

Administración de la seguridad de nuestros asociados y de la salud del medio ambiente siendo ciudadanos responsables del mundo.

# RAVEN

Glen Raven, Inc.  
Glen Raven, NC USA  
336-227-6211

Francia  
Dickson-Constant  
Wasquehal, Francia  
33-3-20455959

Dickson St. Clair  
Saint-Clair de la  
Tour, Francia  
33-4-74835100

Italia  
Dickson-Constant  
Gaglianico, Italia  
39-015-249-63-03

España  
Dickson-Constant  
Barcelona, España  
34-93-635-42 00

Alemania  
Dickson-Constant GmbH  
Fulda, Alemania  
49-661-380820

Escandinava  
Dickson-Constant  
Nordiska AB  
Göteborg, Suecia  
46-31-500095

América Latina  
Sunbrella/Dickson  
Fort Myers, FL EE.UU  
239-466-2660

Sudáfrica  
Sunbrella/Dickson  
Port Elizabeth, Sudáfrica  
27-41-4844443

Costa de Pacífico Norte  
Sunbrella/Dickson  
Hong Kong, China  
852-2317-6390

Costa del Pacífico Sur  
Sunbrella/Dickson  
Sydney, Australia  
61 (2) 997-44393

China  
Sunbrella/Dickson  
Shanghai, China  
86 (21) 6294-7668

Glen Raven Asia  
Suzhou, JiangSu, China  
86 (512) 67638100

Glen Raven, Inc.  
1831 North Park Avenue  
Glen Raven, NC 27217  
336.227.6211  
glenraven.com