

RAVEN

OTOÑO 2014 | N.º 22





Allen E. Gant, Jr.
PRESIDENTE Y DIRECTOR EJECUTIVO

Estimados lectores:

Uno de los aspectos más emocionantes de la marca Sunbrella® es la forma en que nuestros socios siguen dándonos nuevas aplicaciones creativas a nuestras telas y fibras.

En la portada, hay una imagen de la Reserva LongHouse en Long Island que se ha decorado con telas de Sunbrella. La reserva LongHouse es una propiedad de 16 acres perteneciente al aclamado diseñador textil Jack Lenor Larsen, quien abre su propiedad cada año para los visitantes, desde la primavera hasta octubre. Una de las características más memorables este año es la escultura de 32 pies de largo hecha con tela Sunbrella.

Sheila Hicks, una artista textil reconocida a nivel internacional, también llevó Sunbrella a interpretaciones creativas este año a través de las inspiradoras instalaciones en el Whitney Museum de Nueva York; el Palais de Tokyo del Museo de Arte Moderno de París, Francia; y Art Basel en Basel, Suiza. Y Dransfield & Ross, una empresa de decoración de interiores artesanal, recientemente lanzó "Sunbrella PerformanceArt", una colección hecha de telas Sunbrella que incluye colchas amish, joyas, almohadas decorativas y placas y charolas laminadas.

En esta edición de Raven, seguimos brindando el perfil de algunos de nuestros clientes más innovadores, como Commercial Sewing, Inc. de Torrington, Connecticut. CSI aplicó la innovación a todos los aspectos de su negocio de cubiertas artesanales para botes y embarcaciones. También de la industria de la navegación, West Coast Canvas, un fabricante marino de Lodi, California, ilustra el valor de la reinención en los mercados cambiantes.

Otro cliente que nos complace destacar es Capitol Awning, que brinda servicios al mercado metropolitano de Nueva York. Durante su larga trayectoria, Capitol Awning ha brindado toldos y otras estructuras de parasoles para los lugares más icónicos de la región. Desde una perspectiva internacional, incluimos el perfil de Toldos Pastor, empresa española que es un valioso cliente de Dickson Coating en Francia y brinda servicios a mercados tan diversos como la energía y el transporte.

Las asociaciones comerciales prolongadas son fundamentales para todos, y no hay mejor ejemplo que Glen Raven y Sunbury Textile Mills. Recientemente, celebramos nuestros 20 años de asociación en la creación de telas Sunbrella de alta calidad, para los trabajadores de decoración líderes del país.

Esperamos que disfrute la información relacionada con la innovación en dos artículos de esta edición. "Future of Shade" es una competencia global que patrocinamos para fomentar el pensamiento creativo en nuevas generaciones de estructuras de parasoles, y presentaremos una entrevista de preguntas y respuestas con Justin Ferrell, director de becarios del instituto de diseño d.school de la Universidad de Stanford y un experto que sabe "pensar en el diseño".

Nuestro objetivo para la revista Raven es fomentar el pensamiento innovador de todos. Nunca dejemos de descubrir nuevas oportunidades de hacer de este mundo un lugar mejor.

Allen E. Gant, Jr.





Las telas Sunbrella® se usaron para fabricar una escultura de 32 pies de altura en la reserva LongHouse como parte de los eventos públicos de este año en la icónica propiedad de Long Island.
| Página 02

RAVEN

OTOÑO 2014 | N.º 22

02

TELAS SUNBRELLA®
PRESENTADAS EN LA
RESERVA LONGHOUSE

10

¿HACIA DÓNDE VAN
AHORA LOS PRODUCTOS
DE PARASOLES?

18

ARTISTA CREA EXPOSICIONES
INTERNACIONALES CON
HILOS SUNBRELLA®

04

CSI ENFATIZA LA
INNOVACIÓN PARA
BENEFICIO DEL CLIENTE

12

CAPITOL AWNING
CUBRE LA GRAN
MANZANA

20

“PERFORMANCE ART”
LLEVA A SUNBRELLA® HACIA
NUEVAS DIRECCIONES

06

PENSAR EN EL DISEÑO
PARA CENTRARSE EN
LAS NECESIDADES
DEL USUARIO FINAL

14

SUNBURY Y GLEN RAVEN
CELEBRAN UNA RELACIÓN
DE 20 AÑOS

08

WEST COAST CANVAS
PRUEBA EL VALOR DE
LA REINVENCIÓN

16

TOLDOS PASTOR
EVOLUCIONA CON
LAS NECESIDADES
DEL CLIENTE

EN LA PORTADA:

LAS SILLAS DE TELESCOPE CASUAL FURNITURE CON TELAS SUNBRELLA® DE LA COLECCIÓN ICON ADORNAN EL PARQUE EN LA RESERVA LONGHOUSE DE LONG ISLAND, NUEVA YORK.



TELAS SUNBRELLA® PRESENTADAS EN LA RESERVA LONGHOUSE

Los visitantes que fueron este año a la Reserva LongHouse, propiedad de 16 acres en East Hampton, Nueva York, sin duda se maravillaron con el gigantesco tablero de ajedrez de Yoko Ono, las esculturas de vidrio de Dale Chihuly y una enorme "cúpula de ojo de mosca" de Buckminster Fuller. También es probable que la escultura de 32 pies hecha de telas multicolores de Sunbrella® haya captado la atención del público.

Mariyo Yagi, artista ambiental y social de reconocimiento internacional, diseñó una escultura de tela Sunbrella como proyecto Eje por la Paz (Axis for Peace) de la Asociación Nacional de Mujeres Artistas (National Association of Women Artists, NAWA). Yagi creó esculturas en lugares de todo el mundo, y el trabajo en LongHouse de este año representa la primera vez que trabaja con el Centro de Artes Textiles de Brooklyn para crear una escultura de Eje por la Paz de NAWA en EE. UU. Más de 50 personas se reunieron en la reserva LongHouse para trabajar como artistas en el armado de la escultura con telas Sunbrella, colocada en una amplia expansión de verde dentro de jardines parquizados e impresiones artísticas al aire libre.

LongHouse es propiedad de Jack Lenor Larsen, diseñador, autor y coleccionista textil de reconocimiento internacional. Durante su larga trayectoria Larsen atrajo a seguidores de todo el mundo por sus telas exclusivas, que ganaron numerosos premios y están incluidas en exposiciones de museos de todo el mundo. Cada año abre la Reserva al público para que los visitantes puedan experimentar el arte en espacios de residencia.

Las telas de Sunbrella se presentaron en los eventos públicos de este año en LongHouse, en aplicaciones artísticas y prácticas. De mayo a octubre, los visitantes que recorrieron los jardines parquizados tuvieron la oportunidad, no solo de disfrutar la belleza natural y artística, sino también de aprender sobre lo último en muebles para exteriores de todo el mundo.

"La reserva LongHouse fue la oportunidad ideal para que la gente experimente las telas Sunbrella, no solo como oferta de resistencia confiable en exteriores, sino también como líder en diseño", expresó Sherri Donghia, que fue coencargada de los eventos públicos de este año en LongHouse. "Las personas que visitaron la reserva apreciaron mejor la resistencia de cuidado fácil de Sunbrella, y vieron al mismo tiempo cómo Sunbrella puede mejorar los estilos de vida en exteriores de maneras esperadas e inesperadas".

Como coencargada de los eventos de este año, Donghia tuvo el desafío de armar muebles para exteriores, telas y accesorios destacados para integrarlos con obras de arte en todas las instalaciones. El tema para los eventos públicos de este año fue "exteriores: la explosión de los muebles para exteriores".

"Me contacté con la comunidad de diseño internacional para llevar diseños de productos de vanguardia artesanales a la reserva", dijo Donghia, ex directora de diseño de Donghia Fabrics y consultora de diseño de Sunbrella. "Como líder de la categoría de telas de resistencia, este año, Sunbrella fue la



elección natural para el enfoque de la reserva en la vida inspirada en exteriores”.

Los visitantes de la reserva descubrieron las telas de Sunbrella en numerosas aplicaciones, incluso banderas, cojines y almohadas en los jardines parquizados y cubiertas de tela para parasoles TUUCI y para toldos retráctiles instalados en el hogar de Larsen.

“La reserva este año inspiró a los visitantes con espacios de residencia en exteriores más creativos”, dijo Greg Voorhis, gerente de diseño de Sunbrella. “Jardines preciosamente parquizados, icónicas esculturas y lo último en telas y muebles para exteriores de diseñadores internacionales permitieron a los visitantes ver un mundo totalmente nuevo de residencia en exteriores”.

Larsen construyó LongHouse, su residencia personal de 13,000 pies cuadrados, en 1992. Su objetivo era crear un estudio de caso que ejemplifique un enfoque creativo a la vida contemporánea. Los visitantes de la propiedad experimentan el arte en los espacios de residencia y tienen una experiencia única de aprendizaje. Larsen es uno de los coleccionistas de obras de arte contemporáneas y tradicionales más importantes del mundo.





Manejo de materiales superiores en la fábrica de CSI.

CSI ENFATIZA LA INNOVACIÓN PARA BENEFICIO DEL CLIENTE

Los visitantes del centro de fabricación de Torrington, Connecticut de Commercial Sewing, Inc. (CSI) suelen compararlo con una planta automotriz. Del mismo modo que los automóviles se construyen en forma eficiente mediante cadenas de montaje, CSI adoptó un enfoque similar a la fabricación de cubiertas y accesorios para los fabricantes líderes del país de vehículos de nieve, embarcaciones personales, barcos y vehículos todoterreno. En la instalación de 89,000 pies cuadrados, los sistemas de manejo de materiales de altura hasta el techo mueven cubiertas en proceso, de una estación de trabajo a otra mientras los empleados cosen las telas y agregan componentes.

“Nuestra misión indica que usaremos la última tecnología para crear nuestros productos”, afirmó Stephen Mazzarelli, vicepresidente de operaciones de CSI e hijo del fundador, Sam Mazzarelli. “Mi padre y yo lo hablamos y acordamos que cumpliríamos con nuestra misión e invertiríamos en este tipo de sistema, porque es lo correcto para el beneficio de nuestros clientes”.



STEPHEN MAZZARELLI

La primera cadena de montaje superior se instaló en 1998, y se agregaron otras tres, con la última en el año 2013. Los sistemas de manejo de materiales automatizado son fundamentales para la estrategia de crecimiento de la empresa, que incluyó la incorporación de cubiertas de amarre para embarcaciones grandes a su grupo de productos.

La innovación fue parte de la cultura en CSI durante toda su historia. Desde un primer enfoque en cubiertas para motocicletas y vehículos de nieve, la empresa se expandió a las cubiertas para embarcaciones personales mientras esta industria crecía con rapidez a partir de mediados de los noventa. En los últimos años, CSI siguió expandiendo su línea de productos para incluir capotas de sol, cubiertas de transporte y amarre para lanchas de esquí acuático, y cerramientos para vehículos todoterreno. La marca que creó la empresa para su línea de cubiertas protectoras fue Outer Armor®.

Con cada mercado nuevo, el foco se ha dirigido al modo de agregar valor para los clientes. Para las embarcaciones personales, CSI colaboró con Glen Raven Technical Fabrics en 1997 para desarrollar la nueva tela de poliéster teñida en solución, Sur Last®, que creó un nuevo nivel de durabilidad y resistencia al desvanecimiento del color. Con su crecimiento en el mercado de embarcaciones personales, el fundador de la empresa, Sam Mazzarelli, inventó el sistema Vacu-Hold®, un diseño patentado que crea un sello al vacío entre embarcaciones y cubiertas cuando están amarradas. Las capotas de sol creadas por CSI son diseños únicos que los propietarios de embarcaciones pueden desplegar fácilmente y que agregan un toque elegante y tecnológico a las embarcaciones.

“No somos una empresa imitadora”, dijo Greg Perosino, presidente de CSI. “Cuando uno de nuestros clientes incorpora una de nuestras cubiertas o capotas de sol, nos convertimos en parte de su marca. No es solo el producto que ofrecemos, sino un sistema completo que incluye nuevo diseño de producto, desarrollo y soporte para distribuidores de embarcaciones”.

Una organización bien integrada y eficiente, centrada en la calidad, ha sido fundamental para CSI por su enfoque en el servicio a fabricantes de equipos originales. Cada producto no solo debe cumplir con las normas de calidad precisas, sino que debe diseñarse, producirse y enviarse en forma confiable dentro de plazos cada vez más exigentes. Fue este foco en el mercado de equipos originales (original equipment, OE) y el reconocimiento de la necesidad de mejora continua lo que llevó a CSI a adoptar los principios de fabricación ligera desde 2002.

“Pasamos de un estado actual a uno futuro”, explicó Perosino. “Rediseñamos todo el negocio desde la forma de aceptar pedidos

de clientes a la fabricación y la entrega. Logramos un aumento del 8 % en la capacidad productiva sin agregar equipos ni personal”, y logramos entregas a tiempo en el 98.77 % de los casos”. El proceso de implementación que rodea la fabricación ligera también llevó a la adopción de un nuevo sistema de software empresarial a partir de 2003.

“Podemos controlar el estado de cada trabajo en cualquier momento en toda la planta”, dijo Mazzarelli. “El inventario, la gestión de materia prima y desarrollo de nuevos productos mejoraron junto con nuestra capacidad de secuenciar la producción de artículos que circulan por las cadenas de montaje”.

El enfoque de CSI en la tecnología e innovación incluye socios comerciales como Glen Raven.

“Nuestra relación con Glen Raven es de mutuo beneficio”, afirmó Perosino. “Llevamos a Glen Raven a nuestro modelo de fabricación ligera y seguimos armando un futuro juntos”.

Kirk Fitzsimmons, vicepresidente para el mercado de exteriores con Glen Raven Technical Fabrics agrega, “CSI siempre busca mejores maneras de hacer las cosas, lo cual coincide con nuestra cultura en Glen Raven”.

Un compromiso con la innovación suele ser perturbador y requiere de inversiones que no siempre están garantizadas. Pero CSI sigue comprometida con el cambio continuo.

“Los cambios que hicimos durante estos años han sido desafiantes, pero también gratificantes”, señaló Mazzarelli. “Trabajamos con un excelente grupo de personas, lo cual hace que todo valga la pena”.

Página de Internet: www.commercialsewing.com.



“Llevamos a Glen Raven a nuestro modelo de fabricación ligera y seguimos armando un futuro juntos”.

GREG PEROSINO
Presidente de CSI

“CSI siempre busca mejores maneras de hacer las cosas, y esto coincide con nuestra cultura en Glen Raven”.

KIRK FITZSIMMONS
Vicepresidente de
Mercado de exteriores,
Glen Raven Technical Fabrics



PENSAR EN EL DISEÑO PARA CENTRARSE EN LAS NECESIDADES DEL USUARIO FINAL

JUSTIN FERRELL
*Director de becarios,
d.school de la
Universidad de Stanford*



Justin Ferrell es el director de becarios del instituto de diseño d.school de la Universidad de Stanford, un centro de innovación para estudiantes y profesores en ingeniería, medicina, negocios, leyes, humanidades, ciencias y educación. La d.school enseña un enfoque a la innovación que pone énfasis en la conexión con usuario final potencial en forma de empatía, lo que da como resultado nuevos productos y servicios que tratan necesidades específicas en forma creativa y fiel.

Un periodista profesional especializado en cambios y conducta organizativa, Ferrell trabajó siete años en The Washington Post donde fue director de diseño de productos nuevos, digitales y móviles. Llevó a diseñadores y programadores de productos móviles a la redacción de The Post y permitió que los equipos de reporteros, editores, diseñadores y desarrolladores crearan un trabajo innovador. Ferrell habló sobre la cultura creativa en muchos lugares, desde el festival interactivo de SXSW en Austin hasta Education City en Doha, Qatar. Se graduó de una especialización en periodismo de la beca John S. Knight en Stanford.

Ferrell visitó la Concept Gallery de Glen Raven en primavera y, en la siguiente entrevista, comparte sus reflexiones sobre cómo el pensar en el diseño puede hacer más exitosa la innovación.

¿QUÉ ES PENSAR EN EL DISEÑO Y EL DISEÑO CENTRADO EN EL HUMANO?

Cuando creas un nuevo producto o servicio, y trabajas solo dentro de tu propia organización, hay una gran posibilidad de que la nueva creación no sea lo que deseaba el usuario final. No es lo que encontrará útil.

Al pensar en el diseño, y en el diseño centrado en el humano, comienzas enfocándote en un problema o una oportunidad que se ha descubierto al conversar con las personas para quienes diseñas. Pensar en el diseño supone salir de la zona de comodidad, fuera de la propia organización. Uno va donde están las personas para quienes crea, y realmente ve las necesidades de esas personas antes de incluso comenzar a crear un producto o servicio real.





¿POR QUÉ ES IMPORTANTE UN ENFOQUE MULTIDISCIPLINARIO PARA PENSAR EN EL DISEÑO?

Si solo estás con personas que pertenecen todas al mismo campo, es más probable que crees ideas incrementales, porque las personas de las mismas disciplinas están predispuestas a pensar del mismo modo. Cuando reúnes expertos de campos diferentes y les enseñas a trabajar juntos, es mucho más probable que se obtengan ideas que no habrías descubierto solo. Alientas a todos a enfocar su experiencia individual en lo que han descubierto sobre las personas para quienes diseñan. Se trata de cómo es posible crear cosas juntos, que no podrían crearse en los confines de tu propio grupo específico.

¿CUÁLES SON LOS COMPONENTES PRINCIPALES DEL PROCESO DE PENSAR EN EL DISEÑO?

Enseñamos a pensar en el diseño en forma lineal, pero no necesariamente es un proceso lineal. Comienza con la empatía: realmente ponerse en los zapatos de la persona para quien diseñan. Después de desarrollar una profunda comprensión de tu usuario final, defines el problema e identificas la oportunidad.

El siguiente paso es idear posibles soluciones y luego elegir una de estas ideas para crear un prototipo. Creas un prototipo para llevarlo a las manos de usuarios potenciales y obtener sus comentarios. El último paso es evaluar los comentarios adicionales para ver si tu solución funciona realmente. Solo entonces sabes si tienes algo que será exitoso en el mundo real.

¿CÓMO SE VE AFECTADO EL ROL DE LIDERAZGO CUANDO SE PIENSA EN EL DISEÑO?

En un modelo jerárquico tradicional, los líderes arman equipos, crean visiones y luego intentan liderar a esos equipos hacia el resultado predeterminado en la forma más eficiente posible.

El mundo de hoy se focaliza mucho más en fomentar entornos donde la gente pueda crear resultados inimaginables, lo cual es realmente la definición de innovación desestabilizadora. ¿Cómo

le dices a la gente "No sé hacia dónde vamos, pero conozco una manera de que lleguemos ahí"? Ese es el tipo de liderazgo que intentamos crear hoy. Realmente empieza con tu propia confianza creativa (la creencia en tu capacidad creativa) en que, aunque no sepas hacia dónde vamos, encontrarás una solución. Encontraremos el modo.

Lo mejor que pueden hacer los líderes es, no solo instaurar el pensamiento en el diseño, sino asegurarse de que las personas que ejercen en forma práctica realmente se sientan motivadas para trabajar de esta manera. ¿Cómo creas una cultura que fomente asumir riesgos y cómo habilitas el entorno para que la gente trabaje en todos los departamentos? ¿Cómo creas momentos de hallazgo fortuito, cómo haces que esto sea incluso más intencional? ¿Cómo creas un tercer espacio donde la gente pueda reunirse, probar cosas juntos y recibir recompensas por la experimentación?

¿CUÁL ES EL ROL DE LA CONFIANZA CREATIVA AL PENSAR EN EL DISEÑO?

Creemos que todos tienen capacidades creativas necesarias para pensar en el diseño. Somos empáticos por naturaleza. Nos gusta relacionarnos cara a cara. Somos "prototipos" naturales; volvemos a las herramientas de piedra. Hay algo en nosotros como humanos que nos hace desear trabajar de esta manera, pero hay rutinas y hábitos que formamos como normas sociales que interfieren. Tratamos de liberar ese potencial creativo, para regresarlo, para restablecer la confianza creativa en las personas.

Página de Internet: <http://dschool.stanford.edu/>





WEST COAST CANVAS PRUEBA EL VALOR DE LA REINVENCIÓN

La capacidad de un negocio para reinventarse con las épocas cambiantes es un principio fundamental estratégico, defendido con frecuencia pero casi nunca alcanzado. Una excepción es West Coast Canvas de Lodi, California, que entró en la recesión como un tipo de negocio y reemergió con un enfoque totalmente nuevo.

“Con la recesión, nos chocamos con una muralla a comienzos de 2008, y pensamos que el mundo llegaba a su fin”, dijo Curt Page, propietario de West Coast Canvas. “Pero en un espectáculo de embarcaciones al que asistí en el Marin Yacht Club en julio de 2010, vi gente sonriendo y feliz. Eran propietarios de embarcaciones grandes. Al volver a casa esa noche, me di cuenta de que estaba totalmente equivocado y que debíamos enfocar el negocio en las embarcaciones más grandes”.



Page comenzó a contactarse con clubes de yates y propietarios de embarcaciones grandes en la acaudalada zona de la bahía de San Francisco, que está conectada a Lodi por medio del delta Sacramento-San Joaquin en la región norte del Valle Central de California. Empezó a aumentar el trabajo y él había descubierto su oportunidad para reinventarse: West Coast Canvas se enfocaría en embarcaciones de 40 pies o más, y sería el único recurso para que los acaudalados propietarios de yates de la bahía de San Francisco pudieran hacer renovaciones importantes.

“Siempre habíamos trabajado con embarcaciones más grandes, pero comenzamos a enfocarnos realmente en este nicho y en cómo podíamos ir más allá de los pequeños proyectos como reemplazar ventanas”, señaló. “Comencé a pasar tiempo con personas importantes y a comercializar nuestro negocio de manera personal: capitanes de navío, capitanes de puerto, clubes de yates. Pude conocerlos y mostrarles lo que podemos hacer, y así creció el negocio. También mejoramos nuestro sitio web y publicamos anuncios publicitarios específicos en espacios pequeños”.

La capacidad de cambio y adaptación fue parte del ADN de West Coast Canvas desde los inicios de la empresa. Page tenía 19 años en 1981 cuando comenzó a trabajar con una tienda de lonas y se le asignó la tarea de administrar una localización satélite. Después de solo seis meses, el propietario decidió que ya no deseaba una segunda localización y se le ofreció a Page la oportunidad de comprar la parte del negocio.

Al principio, West Coast Canvas se enfocaba en el trabajo de lonas marinas básicas, que incluía capotas de sol y cubiertas de embarcaciones para vehículos pequeños y embarcaciones pesqueras pequeñas. Page agregó nuevos servicios basados en las necesidades del cliente: tapizado, cojines, alfombra, adornos de madera y electricidad. Su estrategia fue contratar a artesanos, realizar capacitaciones en diferentes disciplinas con su personal y motivar a todos para que aprendan juntos.

“La palabra ‘no’ no existe en mi vocabulario”, dijo. “He tratado de identificar las necesidades de mis clientes y agregamos servicios para poder hacer ahora una remodelación total para el propietario de la embarcación. No es necesario que recurran a otro lugar. Todo lo podemos hacer aquí”.



Página de Internet: www.westcoastcanvas.com.



CURT PAGE

Propietario de West Coast Canvas

Como recurso integral, West Coast Canvas es líder en remodelaciones importantes de yates, con especialización en personalización, reparación y restauración de embarcaciones grandes, por dentro y por fuera. Las ofertas de productos incluyen capotas de sol, cubiertas, cerramientos, cojines para la cubierta, tapizado interior, tapizado interior de techos, cortinas, aparatos electrónicos, pisos de madera y gabinetes.

Page sigue trabajando directamente con los clientes en el diseño, la planificación y la reparación mientras hace contactos en toda la bahía y con sus socios de la industria. Entre los asesores y socios de cadena de suministro confiables se encuentran Eric Christensen, representante de mercadería de la costa oeste de Glen Raven Custom Fabrics, Brian Holian, gerente de ventas regionales occidentales en Trivantage, y Mike Price, representante de cuenta de Trivantage.

"Curt es exitoso porque está dispuesto a hacer cambios para que su negocio se adapte a las condiciones económicas cambiantes del norte de California", explicó Holian. "Curt se ha rodeado de empleados clave confiables que producen la más alta calidad artesanal y brindan un servicio al cliente de primer nivel".

Además de una posición de liderazgo en el mercado de la navegación, West Coast Canvas también tiene un servicio de tapicería y toldos residencial que representa aproximadamente el 10 % del negocio.

"Mi negocio de navegación está basado en relaciones, y recibimos muchos negocios repetidos de nuestros clientes de embarcaciones", afirmó Page. "Estos mismos propietarios de embarcaciones también son clientes para nuestros toldos fijos y retráctiles, sombrillas y cojines para muebles casuales de alta calidad. Siempre consideré que no había motivo para buscar nuevos clientes cuando tienes clientes existentes por quienes puedes hacer más cosas".

Aunque Page nunca querrá revivir los desafíos de la recesión, dice que su negocio es más fuerte hoy debido a eso.

"Salimos de la recesión más eficientes y con un mejor enfoque", dijo. "Mi panorama sigue siendo expansivo, con más capacitaciones y contrataciones en el futuro".



¿HACIA DÓNDE VAN AHORA LOS PRODUCTOS DE PARASOLES?

Future of Shade

2014

Todos están interesados en la siguiente gran idea que cambiará el mundo tal como lo conocemos, incluso a Glen Raven y a sus numerosos clientes de productos de parasoles y toldos. Para obtener conocimientos sobre hacia dónde se pueden dirigir ahora las aplicaciones de parasoles, Glen Raven Custom Fabrics patrocinó, por segundo año consecutivo, "Future of Shade", una competencia de diseño internacional promocionada por Architizer, recurso informativo líder para arquitectos.

"Durante los últimos dos años, la competencia Future of Shade nos ofreció un vistazo a las mentes de los arquitectos y diseñadores cuando contemplan las aplicaciones de parasoles para el futuro", afirmó Gina Wicker, directora creativa y de diseño para Glen Raven Custom Fabrics. "Nos motivó la cantidad de participaciones de este año, de gente de todo el mundo. Demuestra que los parasoles son un tema de interés para la comunidad del diseño, lo cual nos ayuda a impulsar la innovación en la categoría".

El ganador de la competencia de este año fue el arquitecto de Hong Kong, Tony Leung, y su Xafari Modular Rainwater Harvesting Pavilion. Leung creó unas sombrillas invertidas y retráctiles (conocidas como "un-brellas"), hechas de tela Sunbrella® para atrapar el agua de lluvia y hacerla circular por tuberías hacia botellas de almacenamiento enterradas que puedan extraerse con una bomba de palanca.

"Xafari creó un parasol de manera excelente y, al mismo tiempo, creó un dispositivo recolector de agua", dijo Marc Kushner de Architizer quien, junto a los compañeros miembros del jurado Fred Bernstein, crítico de arquitectura, y Scott Campbell, presidente de Rainier Industries, eligió los diseños ganadores. "Es inspirador ver a un arquitecto asumir un desafío, crear un parasol y convertirlo en una solución holística con tantos beneficios adicionales".

Leung, graduado de la Universidad de Hong Kong y con una maestría de la University College en Londres, enseña estudio de arquitectura desde hace 13 años mientras orienta trabajos de renovación que incluyen siete proyectos integrados centrados en niños y jóvenes.

"Mi punto de partida para el diseño fue encontrar un beneficio, además de los parasoles y la decoración", afirmó. "Recordé haber visto gente con placas de plástico recogiendo agua de lluvia en áreas silvestres y países en vías de desarrollo, y este proyecto evolucionó a partir de eso. Se eligió una estructura tipo sombrilla porque es la forma principal de estructura con tensión: baja tecnología, liviana, plegable, fácil de armar y transportar".

Además de la participación ganadora de Leung, los jueces otorgaron reconocimiento de mención honorífica a dos participantes: Joao Araujo Sousa, arquitectos en Portugal que crearon una estructura de vidrio con banderas incorporadas de tela Sunbrella y Rojkind Arquitectos, empresa de arquitectura de México que conceptualizó las estructuras de tela para un hotel cerca de Ciudad de México.





PARTICIPANTE GANADOR

Pabellón de recolección de agua de lluvia modular Xafari (Xafari Modular Rainwater Harvesting Pavilion) Tony Leung, Arquitecto, Hong Kong

Xafari es un pabellón de recolección de agua de lluvia modular. Se recoge el agua de lluvia en "sombrellas" retráctiles y se canaliza por tuberías a botellas de almacenamiento enterradas, que se extraen con una bomba de palanca. Fabricadas con tela Sunbrella, estas sombrillas "un-brellas" ofrecen protección contra rayos ultravioletas, durabilidad, impermeabilidad y facilidad de limpieza, y también un refugio temporal para emergencias. Similar a una sombrilla invertida, los resortes y bastidores de metal de estos módulos son retráctiles. También se pueden usar materiales como bambú o mimbre.



MENCIÓN HONORÍFICA

Yanay Hotel Rojkind Arquitectos, Arquitectos, México

Este hotel boutique holístico dedicado a la introspección, meditación y autoconocimiento está a una hora al sur de Ciudad de México. La fuerza impulsora detrás de este proyecto fue destacar la conexión entre el cielo y la tierra, y captar la energía del lugar. Una serie de senderos hundidos tallados en el suelo y recubiertos de piedras nos conducen a las 19 habitaciones. Las habitaciones son una reinterpretación divertida de la carpa de tela tradicional. Cada una está compuesta por una base de piedra que contrasta con una estructura de tela de forma irregular y liviana que compone la parte principal de la habitación de huéspedes.

MENCIÓN HONORÍFICA

Flagship Joao Araujo Sousa, Arquitectos, Portugal

Inspirada en los antiguos barcos de navegación, Flagship combina 240 banderas de tela marina Sunbrella dentro de una estructura de vidrio transparente. Además de los efectos de luz y color, el ritmo espacial creado por las banderas y el vidrio ofrece una sólida perspectiva que se observa en todo el edificio. Las banderas permiten una clara perspectiva de los alrededores en la parte inferior, con progresión vertical que brinda protección de los elementos. Las tiras inferiores permiten sentarse y recostarse en las fachadas del edificio.





CAPITOL AWNING CUBRE LA GRAN MANZANA

"En casi cualquier estructura de parasoles del área de Nueva York, probablemente tuvimos algo que ver en alguna u otra oportunidad".

MICHAEL CATALANO

Especialista en franquicias y cuentas nacionales



Como una de las empresas de fabricación de toldos más antigua e importante de Nueva York, usted descubrirá que el trabajo de Capitol Awning Company acentúa los lugares más icónicos de la ciudad, como el Rockefeller Center, la Gran Estación Central, Citi Field, Yankee Stadium, U.S Tennis Center, Sax Fifth Avenue y Tanger Outlet en Deer Park.

"En casi cualquier estructura de parasoles del área de Nueva York, probablemente tuvimos algo que ver en alguna u otra oportunidad", dijo Michael Catalano, nieto del fundador de la empresa, Fred Catalano, Sr.

La capacidad de aprender cosas nuevas es uno de los motivos del crecimiento y la resiliencia de Capitol Awning desde su fundación, hace casi 70 años. Opera desde un centro de fabricación de integración vertical, oficina, depósito y área de organización, un total de 21,000 pies cuadrados en Jamaica, Queens. La operación cubre inversiones en imágenes digitales, diseño agregado por computadora y gráficos a todo color para apoyar una amplia oferta de productos que incluye toldos y estructuras de parasol de todo tipo, gráficos para ventanas, pantallas de parasol estampadas personalizadas, sombrillas personalizadas, toldos retráctiles, platós y parasoles en forma de vela. El lema de la empresa es "Si puedes soñarlo, podemos construirlo".

Los recursos de Capitol Awning le permiten aceptar proyectos de creación de estructuras de parasol grandes y complejas, mientras que su longevidad en el mercado de Nueva York la faculta para trabajar en forma eficiente dentro de una de las regiones metropolitanas más reguladas y congestionadas del país.

"Debes amar el tránsito para trabajar en Nueva York", bromea Catalano. "Si tenemos un proyecto en Manhattan, nuestros camiones deben abandonar Jamaica a las 6 a. m. para poder estar en Manhattan a las 7.30 a. m. Cargamos los camiones para asegurarnos de tener todos los componentes y las herramientas, porque no es fácil regresar a la tienda".

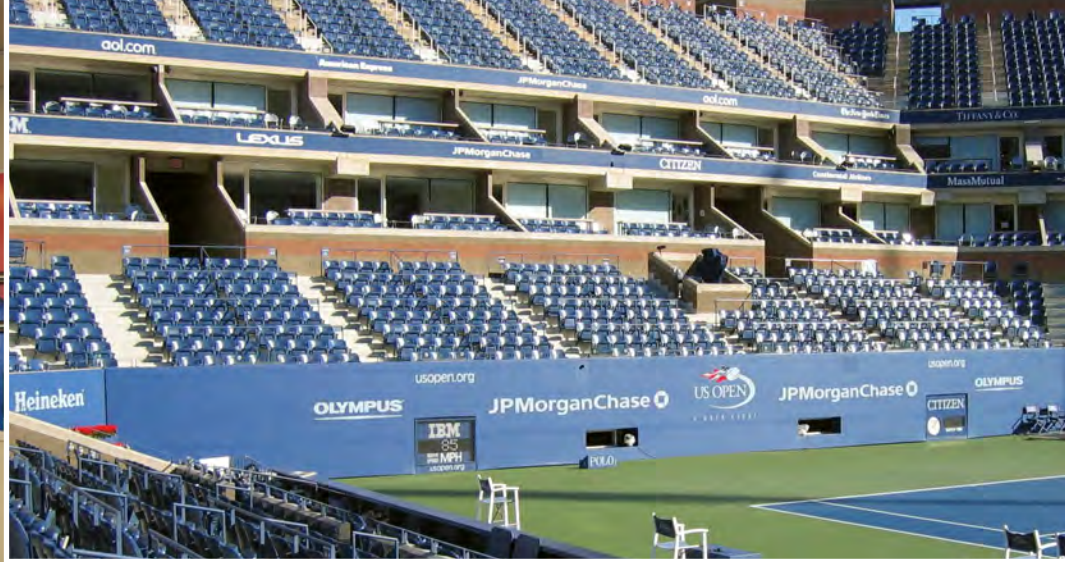
Además de los proyectos de alta visibilidad en el área de Nueva York, Capitol Awning brinda servicios a varias franquicias nacionales, incluida una relación de 20 años con Dunkin' Donuts. Capitol Awning también se enorgullece de sus relaciones con numerosos fabricantes de toldos de menor envergadura, que dependen de ella para el apoyo especializado en áreas como gráficos, sellado en caliente y fabricación de marcos grandes.

"Mi abuelo construyó esta empresa mediante el trabajo con empresas más pequeñas", dijo Catalano. "Cubrimos un área grande, y las tiendas más pequeñas pueden ayudarme con clientes a quienes no podemos brindarles servicios".

El fundador de la empresa, Fred Catalano, Sr., comenzó a trabajar en el negocio de los toldos fabricando marcos de toldos tipo tijera clásicos para el uso en todo Nueva York. En la Segunda Guerra Mundial, trabajó en el astillero de Brooklyn, donde reforzó sus habilidades de diseño, ingeniería y fabricación. A través de una serie de adquisiciones, la empresa creció y obtuvo su nombre, Capitol, en 1966. La empresa siguió siendo propiedad de la familia con Michael y su tío Phil en roles gerenciales principales. Michael está a cargo de las operaciones y mercadotecnia, y Phil lidera el equipo de ventas.



ANN MARIE LOGUE
Representante de cuenta de Trivantage



Aunque el crecimiento es el distintivo de Capitol Awning, los trágicos sucesos del 11 de septiembre y la recesión del 2008 exigieron un cambio de pensamiento respecto al enfoque de la empresa. En esta época, Michael pasó a ocupar su rol de liderazgo.

“El 11 de septiembre realmente cambió todo para nosotros”, dijo Michael. “Manhattan estaba básicamente cerrado, y fue un momento aterrador”.

Michael condujo a la empresa a la mercadotecnia estratégica y a una gran diversidad de ofertas. El sitio web de la empresa es el centro para el programa de mercadotecnia que apunta a arquitectos y diseñadores con contenido detallado. La búsqueda orgánica, Google AdWords, el boletín informativo electrónico y los contactos profesionales ayudaron a Capitol Awning a mantener su participación en el mercado.

“Nuestro enfoque a la mercadotecnia nos permite controlar y medir nuestros contactos”, explicó. “Sabemos de dónde provienen los clientes potenciales y conocemos a los mejores contactos para crear redes”.

En la red de Capitol Awning, se encuentra Ann Marie Logue, representante de cuenta de Trivantage, uno de los proveedores principales de la empresa.

“Michael se mostraba escéptico cuando me asignaron por primera vez a su cuenta hace siete años, porque yo era nueva en la industria”, afirmó Logue. “Pero me dio un par de desafíos, fue mi supervisor y, con el paso del tiempo, formamos una sociedad.

Puede contar con que nosotros le brindaremos los materiales que necesita, y sé que podemos contar con Michael cuando tenemos un proyecto de un cliente exigente”.

Michael es un gerente muy práctico que recorre la tienda 10 a 12 veces por día para verificar el estado del trabajo en curso. También está en contacto con el departamento de ventas, y es posible encontrarlo incluso en el campo ayudando con las instalaciones importantes.

“No necesito puerta en mi oficina, porque nunca queda cerrada mucho tiempo”, afirmó Michael. “En la temporada más ajetreada, nuestro personal puede trabajar 65 horas por semana, y se necesita dedicación real al trabajo para mantener ese ritmo. Cuando se muestran las cartas, todos se preparan para estar a la altura del desafío. Es como una familia”.

Arriba: Capitol Awning apoya las franquicias nacionales, como Dunkin' Donuts, mientras brinda también servicios a las empresas líderes del área metropolitana de Nueva York, que incluyen toldos para el New York Mets Citi Field y el Yankee Stadium, fondos para el National Tennis Center y toldos para Saks Fifth Avenue.





Página de Internet: www.sunburytextiles.com.

SUNBURY Y GLEN RAVEN CELEBRAN UNA RELACIÓN DE 20 AÑOS



En 1994, Randy Trull, consultor de diseño de Glen Raven, y Mark Grigalunas, director de diseño de Sunbury Textile Mills, tuvieron una idea radical. ¿Por qué no usar las fibras de alto rendimiento Sunbrella® para crear hermosas telas que se puedan comercializar entre los trabajadores de decoración de alta calidad?

“Nos reímos de eso ahora porque, cuando presentamos por primera vez la idea a nuestras empresas respectivas, todos pensaron que estábamos locos; tanto el diseño como el precio de la tela eran totalmente diferentes de lo que la gente estaba acostumbrada a ver”, dijo Grigalunas, que ahora es vicepresidente sénior de estilo y diseño en Sunbury. “Vendimos la tela a través de nuestro primer cliente y se convirtió en la más vendida. El resto del mercado lo siguió”.

Glen Raven y Sunbury recientemente celebraron el 20.º aniversario de su sociedad. Fue un logro que marcó un hito, porque las dos empresas comparten una visión de dar valor al mercado a través de una tela duradera, resistente a desvanecimientos de color y de cuidado fácil, que sea lujosa y bella. Glen Raven pretendía pasar su marca Sunbrella a los alcances superiores de la tela decorativa para clientes, como Donghia y Kravet, y Sunbury deseaba una oferta de telas de alto rendimiento.

“Nuestra sólida relación con Sunbury nos permitió crear una hermosa tela de alto rendimiento diferente de todo lo que había estado disponible antes”, dijo Dave Swers, presidente de Glen Raven Custom Fabrics, fabricantes de la tela Sunbrella. “Teníamos la marca Sunbrella y la tecnología de fibras de alto rendimiento,

y Sunbury tenía la experiencia en diseño y tejido de Jacquard además de las relaciones confiables con expertos en decoración. Ambas empresas aportaban su valor”.

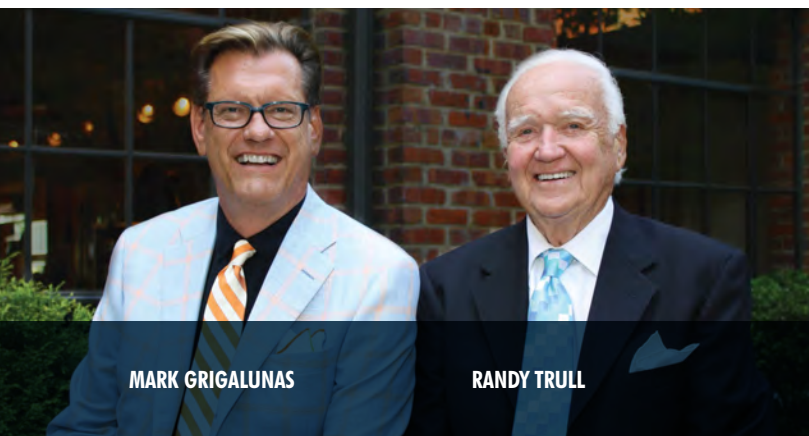
Hank Truslow, presidente de Sunbury, ha sido defensor de su relación empresarial con Glen Raven por mucho tiempo.

“El nombre Sunbrella es una de las marcas más sólidas que he conocido, y es extraordinario que esté respaldada por un rendimiento tan comprobado”, afirmó Truslow. “Cuando la gente se da cuenta de la diversidad de las categorías de productos de la marca Sunbrella, se quedan simplemente asombrados”. Truslow atribuye la longevidad de su relación empresarial con Glen Raven a los valores compartidos y la comunicación abierta.

“Nuestra relación es abierta y transparente durante todo el proceso de desarrollo de producto, fabricación y mercadotecnia, lo cual es un gran logro para dos empresas privadas”, dijo. “No hay un final a la vista. Nuestro negocio sigue creciendo”.

Los equipos de diseño y producción de Glen Raven y Sunbury impulsan la innovación con telas que trascienden los límites en rendimiento y estética.

“Uno de los mejores beneficios de esta sociedad es cómo trabajan juntos nuestros equipos de diseño cuando consideran nuevos colores, patrones y construcciones de hilos al diseñar lo mejor para la marca Sunbrella”, explicó Greg Rosendale, gerente de mercado residencial para Glen Raven. “Estas sesiones de colaboración llevaron a un desarrollo de producto innovador de parte de ambas empresas”.



MARK GRIGALUNAS

RANDY TRULL



ALLEN GANT

HANK TRUSLOW

COMPETENCIA DE DISEÑO PATROCINADA

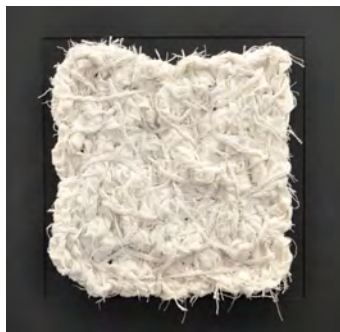
Glen Raven y Sunbury conmemoraron su 20.º aniversario con una competencia de diseño patrocinada en forma conjunta con el programa de Diseño textil de la Universidad de Filadelfia. Se desafió a los estudiantes a imaginar el futuro de las telas Sunbrella, y un panel de expertos de la industria revisó a los participantes.

"Todos los participantes estuvieron fantásticos y mostraron lo que puede suceder cuando se liberan las mentes jóvenes", dijo Greg Voorhis, gerente de diseño de Sunbrella. "Las ideas de los estudiantes realmente resplandecieron a través de su trabajo, y fueron una inspiración para todos".

"Esta competencia fue un desafío excelente para nuestros estudiantes", dijo Marcia Weiss, directora de diseño textil en la Universidad de Filadelfia. "Nuestros estudiantes recibieron una paleta de hilos y se les pidió que predigan el futuro de la marca Sunbrella".



Kailey Smith, ganadora de la competencia de diseño Sunbury-Glen Raven, con Greg Rosendale, gerente de mercado residencial para Glen Raven.



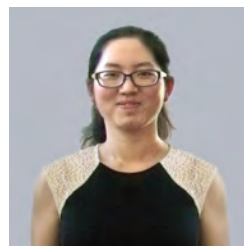
PRIMER LUGAR: KAILEY SMITH Estudiante graduada

Esta colección se encuentra en un rango de nuevas texturas que aportan comodidad e interés al hogar. Aunque los colores de estas telas se presentan de manera similar, la posibilidad de otros colores dentro de estos textiles tan innovadores es infinita.



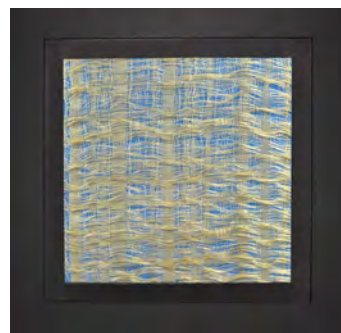
SEGUNDO LUGAR: EMILY WEISS Sénior

Esta colección dará más estilo que nunca a las excursiones en exteriores, con una bella gama de telas que marcan tendencia y, al mismo tiempo, son duraderas. Se inspiró en objetos que encuentras mientras caminas por la playa o el bosque, como plantas de aloe, piedras de mar o madera de deriva.



TERCER LUGAR: XUE (SUSAN) SUN Estudiante graduada

Inspirada en la tecnología, como la realidad aumentada, las interacciones entre humano y computadora, y la impresión en 3D, esta colección incluye cuatro diseños de listón y un matelassé con tejido. Esta colección futurista se podría usar en tapizados modernos que marcan tendencia, para reflejar las interacciones con la tecnología.



CUARTO LUGAR: MARY ARMACOST Estudiante graduada

Estas son telas transparentes creadas para cubrir las ventanas. Algunas de las telas se han acabado con prensa caliente para derretir todas las fibras juntas y estabilizar la estructura. Esta colección está inspirada en las texturas y los patrones de los trajes de bailes de máscaras de África Occidental.

TOLDOS PASTOR EVOLUCIONA CON LAS NECESIDADES DEL CLIENTE

Con casa matriz en Zaragoza, España, Toldos Pastor es uno de los proveedores de lonas más importantes de Europa. Sus lonas se usan para una variedad de aplicaciones, desde los sectores industrial y energético hasta los sectores agrícola y de transporte. El segmento de transporte, que cubre techos y laterales de semirremolques, es el mercado más importante de la empresa. Oscar Pastor, hijo del fundador y director ejecutivo, habló sobre la empresa en una entrevista reciente.

¿CUÁLES SON LOS ORÍGENES DE SU EMPRESA?

Mi padre, Carmelo, fundó nuestra empresa en 1962. Originalmente trabajó como talabartero, y muchos de los fabricantes de lonas actuales en Europa comparten un pasado similar.

Podría decirse que el transporte siempre fue nuestro foco, pero construir sillas y fabricar lonas para semirremolques es muy diferente. Mi padre nos coloca en un camino hacia la inversión continua en el negocio para mejorar nuestros procesos y calidad del producto, y para expandirnos a nuevos mercados. Tuvimos muchas ubicaciones en los últimos años y actualmente trabajamos en una instalación nueva.

TOLDOS PASTOR BRINDA SERVICIOS A CINCO MERCADOS MUY DIFERENTES: TRANSPORTE, ENERGÍA EÓLICA, INDUSTRIAL, AGRÍCOLA Y AGUA. ¿CUÁLES SON LOS ELEMENTOS COMUNES DE ESTOS MERCADOS Y CUÁLES SON LOS MÁS IMPORTANTES PARA USTED?

Nuestros mercados parecen muy diferentes, pero hay elementos comunes, incluso el uso de materiales recubiertos de PVC. Con todos nuestros mercados ponemos el énfasis en el buen diseño y la fabricación de alta calidad en corte y soldadura de materiales, todo con el uso de la misma maquinaria y conocimientos técnicos. Aproximadamente el 50 % de nuestro negocio está dedicado al sector de transporte, al brindar componentes de remolques compuestos de techos y paneles laterales. Estos tipos de remolques son comunes en Europa, pero mucho menos habituales en EE. UU.

Nuestras exportaciones se realizan en todo Europa, y Alemania es el mercado más importante en el sector de transporte y exige una calidad extremadamente alta. Usamos una gama completa de productos de PVC de Dickson Coatings según la aplicación; principalmente Lac 900, Dicoplan y Lac 680.





"Nuestra premisa principal es nunca decir "no" y siempre buscar alternativas para resolver los problemas del cliente".

OSCAR PASTOR
Director ejecutivo de Toldos Pastor



¿QUÉ ROL TIENEN LAS APLICACIONES GRÁFICAS EN SU NEGOCIO DE LAS LONAS?

Tenemos un departamento de diseño dedicado a la aplicación directa de vinilos de PVC coloreados sobre lonas en función de los requisitos de nuestros clientes. También podemos aplicar estos vinilos a laterales de material de vinilo rígido. También tenemos un departamento de impresiones digitales, con barniz antigraffiti, que es una solución de alta calidad.

Aunque la impresión digital para remolques no es aún un mercado importante, les remarcamos a nuestros clientes que esta solución es la mejor publicidad disponible, y la más económica. Un remolque tiene larga vida útil y los gráficos que aplicamos pueden durar tanto como el mismo vehículo.

TENEMOS OPERACIONES EN MÉXICO Y EN ESPAÑA. ¿QUÉ PROVOCÓ ESTA EXPANSIÓN?

Nuestro interés en México surgió dos años y medio atrás, por la mala situación económica en España. Vimos México como una oportunidad para invertir en un área dinámica. Nuestra fábrica en México comenzó la producción en septiembre de 2012, y Abraham Milan, la persona correcta para este trabajo, dirigió nuestro crecimiento.

Nuestro enfoque en México es algo diferente de nuestro negocio en España. En México, somos fabricantes y distribuidores, pero cumplimos a menor escala en los mismos mercados que servimos en España. En México también brindamos servicios en otros mercados, como arquitectura textil, carpas pequeñas y parasoles en forma de vela, y nuestros materiales vienen de Dickson.

¿CUÁL FUE EL CAMBIO MÁS GRANDE EN SU EMPRESA EN LA ÚLTIMA DÉCADA?

Hace doce años, el 85 % del negocio se centraba en el transporte, y se enfocaba en un solo cliente. Nos dimos cuenta de que este enfoque nos ponía en riesgo y empezamos a diversificar nuestra empresa en cuanto a mercados, productos y clientes. Esta estrategia nos motivó a asumir nuevos desafíos de productos y buscar nuevos clientes con servicio especializado. Nuestra premisa principal es nunca decir "no" y siempre buscar alternativas para resolver los problemas del cliente.

¿CUÁL FUE SU RELACIÓN CON DICKSON COATINGS?

Somos clientes de Dickson Coatings desde hace 23 años y los consideramos un socio excelente, porque nuestras empresas comparten un compromiso con la calidad del producto y la introducción de nuevos productos. Mis dos contactos son Pablo Espinosa para España y Martín Palamara para México; Xavier Christophe, gerente general de Dickson Coating, también sigue activo para cumplir nuestras necesidades.

Arriba: De izquierda a derecha, Oscar Pastor, director ejecutivo de Toldos Pastor, y Abraham Milan, gerente general de Toldos Pastor en México.



Página de Internet: www.toldospastor.com.

ARTISTA CREA EXPOSICIONES INTERNACIONALES CON HILOS SUNBRELLA®

Sheila Hicks, artista reconocida a nivel internacional, especializada en trabajos que incorporan textiles, creó instalaciones en el Whitney Museum de Nueva York y en el Palais de Tokyo del Museo de Arte Moderno en París con la presentación de fibras e hilos Sunbrella®. Estas interpretaciones artísticas llaman la atención en estos museos famosos a nivel mundial, por las posibilidades creativas con Sunbrella.

La exposición en el museo Whitney, "Pillar of Inquiry/Supple Column", es una instalación en cascada de 18 pies del techo al suelo, que representa una de las creaciones más masivas de Hick. Diseñó esta pieza teniendo en cuenta la arquitectura de la galería, incluso el techo abovedado y el piso de piedra. Al extender cuerdas trenzadas desde el techo y enrollarlas en el piso, alentó a los visitantes a tocar la instalación de hilos trenzados.

"Deseaba que la gente lo viera y dejara volar la imaginación", dijo. "Sé que los museos en general no desean que los visitantes toquen las obras de arte, pero este trabajo con fibras Sunbrella puede pasar cualquier prueba".

La exposición de París, llamada Baoli, reconfiguró el gran espacio de entrada con terrazas coloridas. Inspirado en los paisajes agrarios de India conocidos como baöli o peldaños que llevan a canales, Hicks usó fibras y redes de Sunbrella para crear un área escénica donde puedan relajarse los visitantes del museo. El efecto general es arquitectónico, pictórico y escultural; los visitantes llegan al área para relajarse y contemplar.

"Las exposiciones de Sheila con la presentación de Sunbrella dan énfasis a los vibrantes colores, ricas texturas, durabilidad y potencial de diversas aplicaciones de nuestra marca", afirmó Hal Hunnicutt, vicepresidente de mercadotecnia en Glen Raven. "Estas exposiciones son poderosas porque colocan nuestra marca al frente de públicos influyentes que incluyen artistas y diseñadores, miembros de la comunidad comercial que defienden estos museos internacionales y consumidores que aprecian la forma en que lo textil puede enriquecer cualquier entorno".

Con frecuencia, el trabajo de Hick se describe como la intersección de arte, diseño, manualidades y arquitectura, y se ha exhibido ampliamente, en exposiciones simples y grupales en los mejores museos de todo el mundo. Una importante retrospectiva, "Sheila





Hicks: 50 años" debutó en la Addison Gallery of American Art y viajó al Instituto de Arte Contemporáneo de Filadelfia y al museo Mint en Charlotte, Carolina del Norte.

Glen Raven conoció a Hicks hace más de dos años cuando su exposición retrospectiva se realizó en el museo Mint. Después de reunirse con Hunnicutt y Greg Voorhis, el gerente de diseño de Sunbrella, sus conversaciones continuaron con vistas a una posible colaboración futura.

"Cuando Sheila se nos acercó para hablarnos de sus planes para el Whitney en Nueva York y luego el Palais de Tokyo del Museo de Arte Moderno en París, pudimos ver una oportunidad excelente para la marca Sunbrella", dijo Hunnicutt. "Estas exposiciones ofrecieron a la gente una oportunidad de experimentar nuestra marca de maneras totalmente distintas que enfatizan la bella estética de Sunbrella como también su fuerza, durabilidad y comodidad".

A la izquierda, la artista Sheila Hicks visitó la planta Anderson de Glen Raven para ver en forma directa las fibras e hilos utilizados para las telas Sunbrella®. Hicks usó fibras e hilos Sunbrella para crear un área de recepción para visitantes en el Museo de Historia Moderna en París (arriba) y una escultura de torre en el museo Whitney de Nueva York (a la derecha).



“PERFORMANCE ART” LLEVA A SUNBRELLA® HACIA NUEVAS DIRECCIONES



Geoffrey Ross (izquierda) y John Dransfield de Dransfield & Ross lanzaron una exclusiva colección de decoración del hogar, "Performance Art" con originales usos de las telas Sunbrella® desde charolas y placas hasta joyas y colchas amish.



Cuando uno piensa en telas Sunbrella®, las imágenes que suele evocar son de bellos cojines para patio y cubiertas de embarcaciones, sombrillas y toldos, sofás y sillas. ¿Pero qué pasa con las joyas, charolas, sogas de saltar, manteles individuales y colchas amish? Totalmente fuera de lo común, pero ahora una realidad a través de la energía creativa de Dransfield & Ross, una sociedad de muebles para el hogar de 22 años de antigüedad reconocida por sus almohadas decorativas que son las favoritas de los diseñadores de interiores y distribuidores de alta calidad.

"Trabajar con telas Sunbrella nos abrió una gama completa de posibilidades nuevas", dijo Geoffrey Ross, presidente de Dransfield & Ross. "Aprovechamos los beneficios de una tela de alto rendimiento y continuamos la apariencia artesanal que valoran nuestros clientes".

Dransfield & Ross lanzó "Performance Art", colección nueva que trasciende los límites de cómo la tela Sunbrella puede agregar belleza y funcionalidad a la decoración del hogar. Los elementos exclusivos incluyen charolas laminadas, manteles individuales, almohadas decorativas, colchas artesanales amish, y cerámicas acentuadas con los hilos Sunbrella.

"Como tela de alto rendimiento, Sunbrella abre el uso de técnicas de fabricación, como corte láser, pero conserva la apariencia de trabajo a mano que es exclusiva de todo lo que

hacemos", dijo John Dransfield, director ejecutivo de Dransfield & Ross. "Típicamente trabajábamos con fibras naturales, pero descubrimos que Sunbrella tiene una historia de sustentabilidad excelente por la larga duración de las telas".

El nombre de la colección, "Performance Art", se seleccionó para captar el objetivo de la nueva colección.

"El nombre muestra el espíritu de nuestras intenciones", explicó Dransfield. "Sentimos que había un vacío en el mercado para el caso de manteles para mesa y almohadas modernas, artesanales de alto rendimiento, y otros muebles para el hogar basados en textiles, que pudieran soportar los rigores de la vida moderna".

Las creaciones de Dransfield & Ross se hacen a mano en sus estudios de diseño en Jersey City, Nueva Jersey, a través de un grupo de empleados capacitados, muchos de los cuales están en la empresa desde su fundación. Un alfarero de Los Angeles también forma parte del equipo de Dransfield & Ross dedicado a confeccionar a mano los productos hechos en Estados Unidos.

La profesión anterior de Dransfield como diseñador de moda mantiene la colección de la sociedad en constante evolución y mantiene un toque de moda. Los talentos de Ross como diseñador textil de alta calidad enriquecieron las colecciones de Scalandre en Nueva York y Nobilis en París. Al unir sus pasiones, crearon una colección de elementos para el hogar con

La colección "Performance Art" está disponible para comercializar. Para obtener más información, comuníquese con Dransfield & Ross al 212.741.7278.

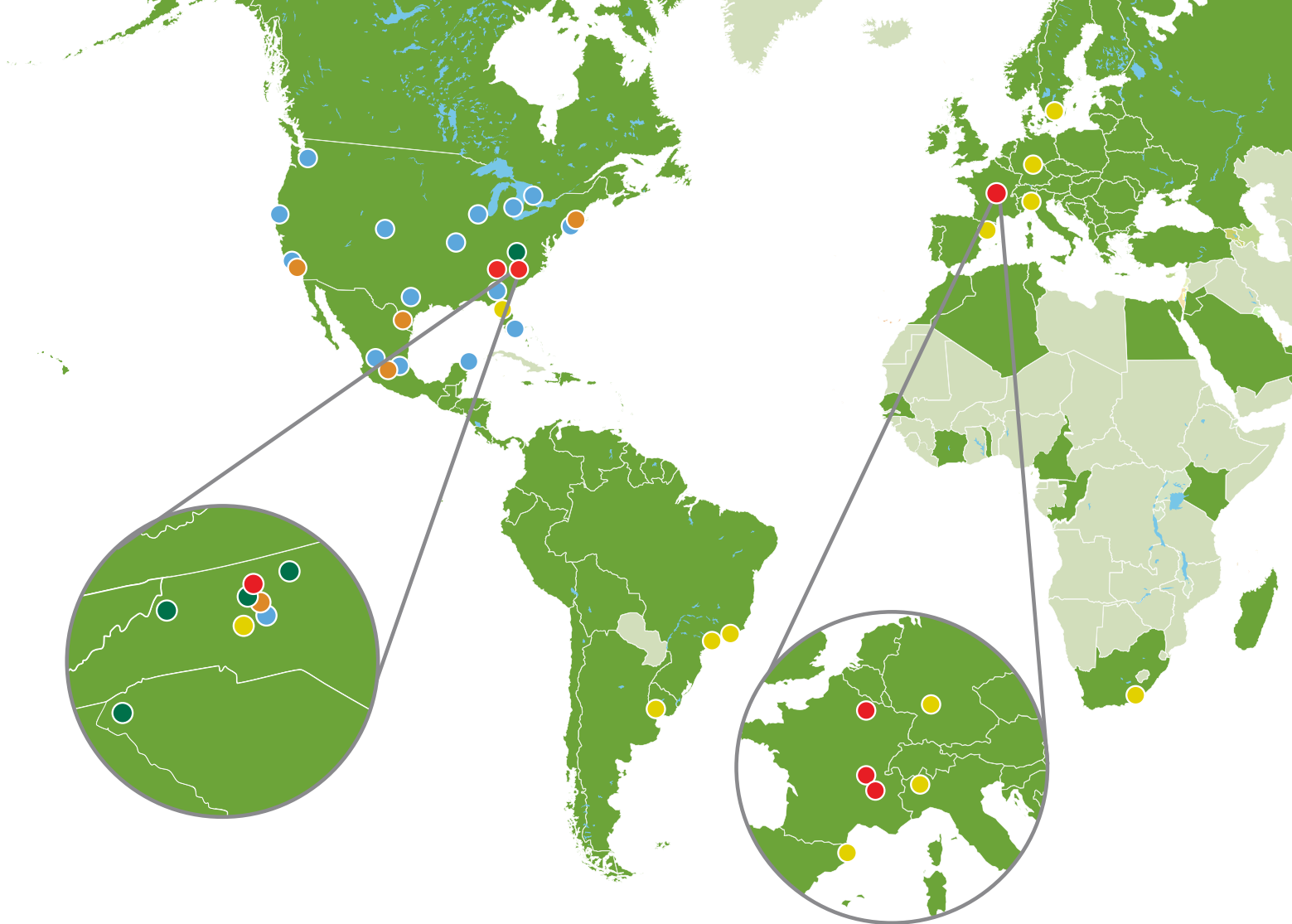


combinación idiosincrática de texturas y colores infundidos con su conocimiento enciclopédico de las artes decorativas.

La lista de clientes de Dransfield & Ross incluye distribuidores prestigiosos como Amen, Wardy Home, Barney's, Bergdorf Goodman, Horchow, Gumps, Neiman Marcus, Saks Fifth Avenue, Lane Crawford, Robb & Stucky y W Hotels, como también las más elegantes tiendas especializadas y empresas de diseño en todo el país.

Para Glen Raven, la introducción de Dransfield & Ross continúa el foco en la expansión de las aplicaciones de telas Sunbrella. Además de los usos tradicionales de Sunbrella, como muebles para exteriores y productos de parasoles, Glen Raven ampliará su marca para brindar estilos de vida informales para todo el hogar, en interiores y exteriores, con la apariencia de las telas de diseñador más elegantes.

"Esta sociedad demuestra las casi infinitas posibilidades que hay con las telas Sunbrella actualmente", dijo Greg Rosendale, gerente de mercado residencial de Glen Raven. "Aunque el rendimiento siga siendo el centro de la marca Sunbrella, nuestras telas ofrecen la sofisticación que una empresa de diseño creativo como Dransfield & Ross puede llevar hacia direcciones totalmente inesperadas".



UBICACIONES GLOBALES DE GLEN RAVEN

GLEN RAVEN, INC.

- Oficina corporativa
Glen Raven, NC
336.227.6211

GLEN RAVEN CUSTOM FABRICS

- Oficina corporativa
Glen Raven, NC
336.227.6211
- Planta Anderson
Anderson, SC
864.224.1671
- Planta Burlington
Burlington, NC
336.227.6211
- Planta Norlina
Norlina, NC
252.456.4141
- Sala de exhibición High Point
High Point, NC
336.886.5720

GLEN RAVEN TECHNICAL FABRICS

- Oficina corporativa
Glen Raven, NC
336.227.6211

- Instalación en Burnsville
Burnsville, NC
828.682.2142
- Instalación en Park Avenue
Glen Raven, NC
336.229.5576

TRIVANTAGE

- Oficina corporativa
Glen Raven, NC
336.227.6211
- Centro de distribución consolidada
Mebane, NC
877.540.6803
- Centro de distribución de Texas
Irving, TX
800.786.7610
- Centro de distribución de Washington
Tukwila, WA
800.213.1465
- Centro de distribución del
sur de California
City of Industry, CA
800.841.0555
- Centro de distribución del
norte de California
Hayward, CA
800.786.7607

- Centro de distribución de Colorado
Denver, CO
800.786.7609
- Centro de distribución de Florida
Miami, FL
800.786.7605
- Centro de distribución de Georgia
Lithia Springs, GA
800.786.7606
- Centro de distribución de Illinois
Elmhurst, IL
800.786.7608
- Centro de distribución de Ohio
Cleveland, OH 44113
800.786.7601
- Centro de distribución de Missouri
Maryland Heights, MO
800.786.7603
- Centro de distribución de Nueva Jersey
Somerset, NJ
800.786.7602

TRICAN CORPORATION

- Mississauga, ON
Canadá
800.387.2851

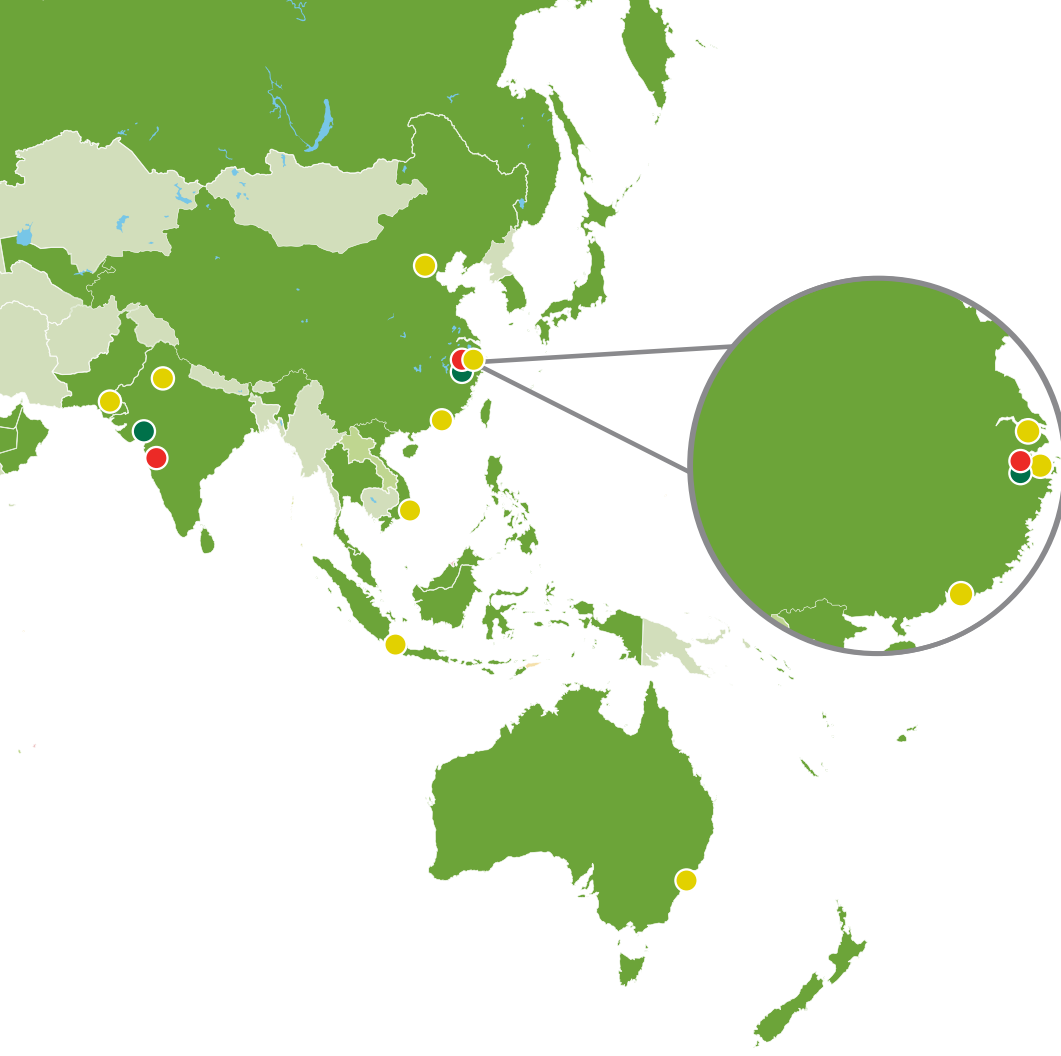
TUNALI TEC

- Tunali Tec Cuernavaca
Jiutepec, Morelos
México
800.00.88625
- Tunali Tec Guadalajara
Guadalajara, Jalisco
México
800.00.88625
- Tunali Tec Cancun
Cancún, Quintana Roo
México
800.00.88625

DICKSON-CONSTANT

- Oficina corporativa
Wasquehal, Francia
33.(0)3.20.45.59.59
- Dickson-Constant Italia SRL
Gaglianico, Italia
39.015.249.63.03
- Dickson-Constant GMBH
Fulda, Alemania
49.(0)661.380.82.0
- Dickson-Constant Nordiska AB
Goteborg, Suecia
46.31.50.00.95

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



- Corporativo
- Distribución
- Fabricación
- Ventas/Servicio
- Logística
- Países en los que se vende

- Oficina de ventas
Barcelona, España
34.93.635.42.00

DICKSON COATINGS

- Dickson PTL
Dagneux, Francia
33.(0)4.37.85.80.00
- Dickson Saint Clair
Saint-Clair de la Tour, Francia
33.(0)4.74.83.51.00

STRATA SYSTEMS

- Oficina corporativa
Cumming, Georgia
800.680.7750

STRATA GEOSYSTEMS (INDIA)

- Oficina corporativa
Bombay
0091.22.40635100
- Planta Daman
Bhimpore, Daman
91.260.2220160

- Oficina de ventas en Hyderabad
Hyderabad
0091.040.40037921

- Oficina de ventas de Gurgaon
Gurgaon, Haryana
0091.9321728585

GEO SOLUÇÕES, (UNA EMPRESA STRATA)

- São Paulo, Brasil
11.3803.9509
- Río de Janeiro, Brasil
11.7813.2008

GLEN RAVEN ASIA

- Oficina corporativa
Jiangsu Province, Suzhou
86.512.6763.8151
- Oficina corporativa
Jiangsu Province, Suzhou
86.512.6763.8151
- Oficina de ventas
Distrito Xuhui, Shanghai
86.21.5403.8385
- Oficina de ventas
Distrito Haidian, Pekín
86.10.6870.0138
- Oficina de ventas
Distrito Luohu, Shenzhen
86.755.2238.5117

**OFICINAS GLOBALES
SUNBRELLA/DICKSON**

- Oficina de ventas del norte
de América Latina
Fort Myers, FL
239.466.2660
- Oficina de ventas del sur
de América Latina
Montevideo, Uruguay
+59826013143
- Oficina de ventas del norte
de la Cuenca del Pacífico
Distrito Xuhui, Shanghai
86.21.5403.8385
- Oficina de ventas de Vietnam
Ciudad Ho Chi Minh, Vietnam
+84.8.38.27.72.01
- Oficina de ventas de Indonesia
Yakarta, Indonesia
62.21.5289.7393
- Oficina de ventas del sur de
la Cuenca del Pacífico
Nueva Gales del Sur, Australia
61.2.997.44393
- Oficina de ventas de Sudáfrica
Puerto Elizabeth, Sudáfrica
+27.(0)41.484.4443

LOGÍSTICA GLEN RAVEN

- Oficina corporativa
Altamahaw, NC
800.729.0081
- Oficina de Laredo
Laredo, TX
956.729.8030
- Oficina de ventas de México
Ciudad de México, México
525.55.561.9448
- Terminal de Nueva Jersey
Avenel, NJ
800.729.0081
- Terminal de California
City of Industry, CA
800.729.0081
- Terminal de Texas
Laredo, TX
800.729.0081

R.J. STERN

- Wilkinson, WV
800.292.7626