

# RAVEN

INVIERNO DE 2015 | Núm. 23





Allen E. Gant, Jr.  
**PRESIDENTE Y DIRECTOR EJECUTIVO**

Estimados lectores:

¡Bienvenidos a 2015!

En Glen Raven, recibimos este nuevo año con optimismo por las maneras en las que nuestros clientes siguen sorprendernos con su ingenio, innovación y compromiso de sobresalir. Esta edición de la revista Raven está dedicada a presentar perfiles de algunos de estos esfuerzos.

Por ejemplo, Gary y Jeri Barnes, quienes comenzaron su negocio dentro de su casa, recientemente abrieron una nueva sede para atender mejor a sus clientes en Hawái. Ed Skrzynski tomó las riendas del negocio de lonas de su padre, Marco Canvas & Upholstery, en Florida en 2008 en el punto álgido de la recesión y ha incrementado continuamente el negocio y expandido la línea de productos.

Bauhaus Furniture está encabezando el cambio en la industria del mobiliario, garantizando que usted pueda recibir su sofá nuevo en dos o tres semanas en lugar de las ocho o más semanas que son tradicionales. Y el compromiso de Cobalt Boats con la calidad impecable alcanzada a través de una cultura profundamente establecida es una inspiración para todos nosotros.

Para quien dude de la viabilidad de la industria textil, ahí está Brand & Oppenheimer. Esta empresa está creando oportunidades de crecimiento en textiles técnicos, incluida ropa de trabajo, utilizando nuestras telas GlenGuard FR®.

También tenemos razones para ver el futuro con optimismo debido a la creatividad y ética de los jóvenes, como quedó ejemplificado por Boost Challenge, el programa más reciente de la Concept Gallery de Glen Raven. Estudiantes del Fashion Institute of Technology de Nueva York demostraron cómo los materiales que ofrecemos pueden utilizarse para crear nuevos y emocionantes recintos al aire libre e impulsar la viabilidad de ciudades y pueblos.

Dentro de Glen Raven mantenemos nuestro compromiso de apoyar la marca de telas Sunbrella®. Recientemente lanzamos la nueva colección de telas de parasol de Sunbrella para hogares y embarcaciones, mejorando nuestras ofertas tradicionales y añadiendo a la vez una nueva y emocionante estética. Otro apoyo para la marca Sunbrella es nuestro programa "Perspective" que está retando los límites de la creatividad. Desde elegantes espacios urbanos hasta casas de playa, y desde yates de lujo hasta vehículos recreativos clásicos, estamos comunicando la naturaleza de versatilidad, belleza y fácil cuidado de las telas Sunbrella.

Finalmente están los hermanos Victor y Julio Pimentel que construyeron una innovadora empresa de geomalla en Brasil. Como socio de la empresa conjunta, Glen Raven los está ayudando a convertirse en un elemento aún más importante en la creciente economía sudamericana.

Ciertamente hay desafíos por delante pero con esta edición de Raven esperamos que esté de acuerdo en que hay muchas razones para tener una perspectiva optimista conforme trabajamos juntos para mejorar las vidas de consumidores en todo el mundo.

*Allen E. Gant, Jr.*





Glen Raven Custom Fabrics está replanteando la conversación sobre el tema de la sombra con nuevas ofertas que enfatizan una estética completamente nueva. | Página 7

# RAVEN

INVIERNO DE 2015 | Núm. 23

02

DESDE RUSIA A HAWÁI,  
CON AMOR: TROPICAL J'S

04

"NINGUNA  
CONCESIÓN" GUÍA  
A LA MARCA COBALT BOATS

07

GLEN RAVEN LANZÓ NUEVA  
COLECCIÓN DE TELAS PARA  
PARASOLES

08

LA INDUSTRIA TEXTIL  
CONTINÚA SU IMPULSO  
HACIA ADELANTE CON  
OFERTAS DE VALOR  
AGREGADO DE B&O

10

EL DUEÑO DE MARCO  
CANVAS QUE DIO EL SALTO  
EN 2008

12

¿DESEA UN SOFÁ EN  
DOS SEMANAS? NO ES  
PROBLEMA PARA BAUHAUS

14

EL PROGRAMA  
"PERSPECTIVE" EXPANDE  
LA IMAGINACIÓN DE LAS  
TELAS SUNBRELLA®

18

GEO SOLUÇÕES:  
UN ENCUENTRO DE  
INTERESES EXPANDE  
A STRATA

20

LA CREATIVIDAD EN LOS  
DISEÑOS DE ESTUDIANTES  
ESTIMULA COMUNIDADES

## EN LA PORTADA:

LAS SOMBRILLA PERSONALIZADAS DE TROPICAL J'S SON EL COMPLEMENTO PERFECTO PARA DISFRUTAR LA PLAYA DE HAWÁI.

# DESDE RUSIA A HAWÁI, CON AMOR: TROPICAL J'S

Gary Barnes era agregado naval en la embajada de los Estados Unidos en Moscú a finales de la década de los ochenta cuando él y su esposa, Jeri, comenzaron a contemplar dónde vivirían luego de esa asignación y posiblemente tras jubilarse. Decidieron que definitivamente no deseaban permanecer en Rusia y comenzaron a buscar alrededor del mundo. Londres era demasiado nublado e incluso tomaron en consideración Panamá, pero no les pareció un buen lugar en donde educar a sus tres hijos.

Entonces se decidieron por Hawái. Jeri recuerda el cielo azul y la fragancia de flores hawaianas que llenaba la terminal del aeropuerto cuando descendieron del avión. La búsqueda había terminado. Hawái sería su nuevo hogar.

“Fue una decisión bastante ambiciosa por nuestra parte”, recordó Jeri. “No había muchas opciones en cuanto a casas o maneras de ganarse la vida, pero nos sentimos fascinados por Hawái; el cielo azul y las flores cuando llueve... era una lluvia cálida a diferencia de la fría y oscura Rusia. Nos decidimos a quedarnos”.

La inspiración detrás de la manera en la que se ganarían la vida en Hawái también se encontró en el ambiente tropical. La pareja se percató de que las sombrillas que la gente utilizaba en la isla eran aburridas, principalmente color negro o vino y parecían estar fuera de lugar en el hermoso entorno. Entonces, ¿por qué no comenzar a fabricar sombrillas con patrones hawaianos que tuvieran colores y diseños hawaianos?

“Comenzamos el negocio en nuestro hogar”, dijo Gary. “Teníamos máquinas de coser en la sala y en nuestro estacionamiento aplicábamos teflón y acrílico a las sombrillas para hacerlas resistentes al agua. Los diseñadores comenzaron a enviarnos telas para hacerlas resistentes al agua y convertirlas en sombrillas. No pasó mucho tiempo para que nuestro hogar se convirtiera más en una fábrica que en una casa. La sala estaba llena de marcos de madera y en las camas de todas las habitaciones se secaban fundas de parasoles con estampados en serigrafía. Nuestros hijos no tenían en dónde dormir”.

Para mediados de la década de los 90, los Barnes se mudaron a un edificio que en el pasado alojaba suministros militares para convertirlo en la base de su negocio, que se expandió mucho más allá de las sombrillas hasta incluir grandes parasoles para exteriores y toldos. Dos proyectos sobresalientes, trabajar para Hyatt Regency y Aloha Towers, establecieron la credibilidad de la empresa, a la que llamaron “Tropical J's” en honor a sus tres hijos: Justin, Jonathan y Jordan. Su nicho serían proyectos comerciales y residenciales a gran escala creados con materiales de alta calidad y diseñados para el desafiante ambiente de Hawái.

Tropical J's se mantuvo en la misma ubicación por 20 años con una renta que se renovaba mensualmente hasta que escucharon que se iba a demoler el edificio. Una búsqueda en la isla terminó de manera fortuita cuando encontraron un sitio de construcción cerca del puerto de Honolulu que era cómodo para sus clientes y distinto de los sitios más bien industriales en el extremo oeste de la isla.

“Lo último que queríamos era una ubicación del lado oeste que haría que nuestros clientes y empleados tuvieran que manejar una hora en el tráfico de Hawái”, dijo Jeri. “No solo encontramos la ubicación ideal sino que también tuvimos la oportunidad de construir nuestra operación desde los cimientos para hacer más eficiente nuestro negocio”.



La familia de Tropical J's, de izquierda a derecha, Justin Barnes, Gary Barnes, Jeri Barnes y Jordan Barnes.





Dos de los hijos de los Barnes, Justin y Jordan, con ayuda de 20 empleados de Tropical J's, participaron directamente en el diseño del nuevo edificio de casi 1500 metros cuadrados en un sitio con una hermosa vista del puerto de Honolulu. El nuevo edificio, que abrió sus puertas en marzo de 2014, garantiza un flujo constante de proyectos desde el diseño, pasando por el cortado y cosido de la tela, los gráficos, la fabricación del marco y la instalación. Los Barnes crearon su propio sistema de administración de la producción que permite que cada departamento trabaje de manera simultánea en proyectos para acelerar los tiempos de entrega.

El nuevo centro da soporte a una amplia gama de productos que incluyen sombrillas personalizadas, cortinas para interiores y exteriores, toldos fijos y retractables, estructuras tensadas, cojines, gráficos, carpas, divanes casetas y otras estructuras de parasol, todas diseñadas, planeadas y fabricadas para un mercado de lujo. Los diseños personalizados que usan telas Sunbrella® son un sello de Tropical J's, junto con los marcos galvanizados que pueden resistir vientos de 160 km/h y más. En cualquier momento dado, entre 40 y 50 proyectos están avanzando a través de la planta.

"Descubrimos desde un principio que había mucha competencia por los trabajos residenciales a pequeña escala, pero pocas compañías podían encargarse de los grandes proyectos comerciales, así que fue ahí en donde nos enfocamos", comentó Gary. "La mayoría de nuestro trabajo es diseño único y personalizado que no puede ser igualado por importaciones de China. Tenemos una base de clientes sólida y leal aquí en Hawái que respeta nuestras capacidades de diseño y nuestra calidad".

Jordan ha estado enfrentando el desafío de los diseños personalizados con una creatividad refrescante que integra las lecciones de su padre con las nuevas tecnologías.

Además de los desafíos que representa el clima tropical, Tropical J's también enfrenta el desafío que significa su ubicación en una isla remota. Los empleados han desarrollado habilidades no solo en la operación del equipo de la empresa sino también en el mantenimiento y la reparación. El sistema de planificación de producción de la empresa, que fue desarrollado por Justin, juega un papel fundamental para garantizar que los materiales estén al alcance cuando se necesiten y que se envíen a la isla al menor costo posible. Una relación crucial para Tropical J's es la que tienen con Trivantage, la subsidiaria de distribución de Glen Raven.

"Gracias a su sistema de gestión de producción, Tropical J's no suele ordenar al último minuto, lo que nos permite consolidar sus pedidos y enviar a través de la Hawaiian Island Freight Association, que parte hacia las islas dos veces a la semana " dijo Brian Holian, gerente de ventas regional de occidente de Trivantage. "Algunos de nuestros asociados de atención al cliente han estado atendiendo a Tropical J's por más de 15 años y tenemos una gran asociación".

De una pequeña compañía emprendedora que operaba dentro de su casa a una de las empresas líder en productos de parasol de Hawái, Tropical J's ilustra el éxito que resulta de la creatividad, la visión y los riesgos calculados.

# "NINGUNA CONCESIÓN" GUÍA A LA MARCA COBALT BOATS





Pack St. Clair, fundador de Cobalt Boats, a la izquierda, con su hijo Paxson, que funge como el director ejecutivo.

“Cuando le dices a un distribuidor o a un cliente que la cubierta es Sunbrella, eso dice todo lo que hay que decir. Ellos saben que es lo mejor. La marca Sunbrella se vende a sí misma”.

PAXSON ST. CLAIR

Siempre que los empleados de Cobalt Boats enfrentan un problema, su camino a la solución está claramente definido gracias a la visión de solo dos palabras de la empresa: “Compromise Nothing” (“Ninguna concesión”).

“La frase como tal, ‘Ninguna concesión’, se originó en nuestro departamento de tapizado y desde ahí se convirtió en un grito de guerra para toda la empresa”, señaló Paxson St. Clair, Director Ejecutivo de la empresa fabricante de embarcaciones de Neodesha, Kansas. “En un principio era un impulso interno y luego se volvió la visión para la calidad de nuestras embarcaciones”.

La concentración obsesiva de Cobalt en la calidad tiene su origen en el fundador de la empresa, Pack St. Clair, padre de Paxson, quien fundó la empresa hace más de 45 años y, a pesar de haberse ya retirado, sigue siendo conocido como el “guardián de la cultura”. En los primeros años de la historia de la empresa, Pack identificó la oportunidad de llevar una calidad digna de un yate al segmento de las lanchas pequeñas de motor, cosa que hoy en día es el sello distintivo de Cobalt Boats. Esa atención obsesiva al detalle se refleja en incontables maneras dentro de cada embarcación Cobalt, lo que incluye sus moldes impecables que resultan en perfectos acabados de gelcoat, su fuerza estructural y durabilidad incorporada por todas partes, sus distintivos patrones de costuras en las cubiertas del volante, sus interruptores de acero inoxidable del tablero, sus técnicas para la aplicación de la espuma de los asientos que añaden comodidad y extienden la vida del tapizado y la ubicación de los controles del estéreo a la izquierda del volante para dar fácil acceso a los pasajeros. Y la lista sigue y sigue.

“Pack no era ingeniero ni contador cuando comenzó este negocio, pero es una persona con don de gentes y creó una cultura que se enfoca en la gente: en nuestros empleados y nuestros clientes”, dijo Paxson.

“No establecimos la marca Cobalt con manuales de operación. Lo hicimos entrando a los corazones de las personas y ayudándoles a entender que no solo construimos embarcaciones; estamos construyendo los sueños de nuestros clientes. Lo que diferencia a Cobalt de los demás es una pasión por construir solamente las mejores embarcaciones. Si algo no está exactamente bien, todos tienen el derecho de señalarlo y comenzaremos de nuevo y lo haremos correctamente. Nos preguntamos si Pack aprobaría lo que hicimos y si la respuesta es no, entonces volvemos a hacerlo”.

Cobalt Boats ofrece una serie de seis líneas que van de lanchas de 20 pies hasta una embarcación deportiva de 40 pies. La empresa sigue expandiendo su oferta con embarcaciones más grandes y también ha introducido una serie de plataformas en respuesta a la creciente popularidad de los botes de pontones. Con la llegada de cada nueva línea, la obsesión de Cobalt con el detalle y el diseño innovador siguen siendo el tema unificador.

“El bote Cobalt promedio está compuesto por más de 2000 partes, y es el conjunto de estas partes lo que crea a un cliente satisfecho”, dijo Paxson. “Cuando buscamos un accesorio para una capota de sol, podríamos optar por una de plástico que cuesta 89 centavos o podemos elegir un accesorio de acero inoxidable que cuesta \$4. Elegimos el acero inoxidable porque eso es en lo que consiste un bote Cobalt”.

Es esta obsesión con los mejores componentes posibles lo que ha llevado a una asociación de proveedor a largo plazo con las telas Sunbrella®.

“La protección solar es más importante que nunca para los propietarios de embarcaciones, y hemos añadido toques innovadores a la manera en la que diseñamos y construimos capotas de sol, arcos y torres”, dijo (cont.)

Paxson. "Cuando le dices a un distribuidor o a un cliente que la cubierta es Sunbrella, eso dice todo lo que hay que decir. Ellos saben que es lo mejor. La marca Sunbrella se vende a sí misma".

Bill McDaniel, gerente de mercado marino para las telas Sunbrella describe también la asociación con Cobalt como una fórmula en la que todos ganan.

"Cobalt es un excelente socio en línea para Sunbrella porque ambos estamos orientados a la calidad", dijo McDaniel. "Cobalt aplica constantemente el pensamiento innovador para mejorar la calidad de la experiencia del cliente, y eso es lo que los diferencia de los demás".

Dado su enfoque en lo mejor de lo mejor en cuanto a materiales y mano de obra, Cobalt reconoce que sus embarcaciones tienen un precio superior al de embarcaciones de dimensiones comparables. La meta a largo plazo es conseguir la lealtad de los clientes que eligen Cobalt Boats como su marca de por vida, extendiéndose a su segunda y tercera compra de embarcaciones. También se refleja en el aumento de las expectativas del dueño de una embarcación y sus experiencias en el agua.

"Los clientes frecuentemente ven opciones de compra en una exposición de embarcaciones, y en una exposición de ese tipo, todas las embarcaciones tienen el mismo desempeño", comentó Paxson. "Únicamente se puede apreciar por lo que pasa una embarcación cuando sales al agua, se levanta el viento y el agua se pone agitada y te rocía".

Quando experimentas algunos fines de semana en aguas agitadas, y tras de algunos años de ser dueño de tu embarcación, en verdad comienzas a apreciar la calidad".

Al igual que a todo el sector de embarcaciones, la recesión de 2008 también afectó a Cobalt Boats, pero la empresa resistió gracias a la fortaleza de su marca, su enfoque en el mercado de lujo y la lealtad de su base de distribuidores. Las perspectivas de Cobalt han mejorado considerablemente en meses recientes.

"Aprovechamos las épocas más lentas para concentrarnos en el desarrollo de nuevas embarcaciones, incluida nuestra serie de plataformas", dijo Paxson. "Al asignar más recursos al desarrollo de productos, nos posicionamos para salir de la recesión más rápidamente y fortalecidos".

Una cosa que no cambiaremos en Cobalt Boats es el compromiso de no hacer "ninguna concesión".

"No solo nos aseguramos de que nuestra gente comprenda nuestra misión, sino que también nos aseguramos de que cuenten con las herramientas para cumplir esa misión", dijo. "En Cobalt no solo queremos clientes para Cobalt, queremos gente que abogue por Cobalt. Dependemos en gran medida de recomendaciones del boca en boca, así que cuando nuestros compradores tienen experiencias excepcionales, se lo dirán a sus amigos. Ese sigue siendo el secreto de nuestro éxito".



*La protección solar es cada vez más importante para quienes usan embarcaciones y Cobalt Boats ha respondido con innovadores diseños que utilizan telas Sunbrella®.*

# GLEN RAVEN LANZA UNA NUEVA COLECCIÓN

## COLECCIÓN DE TELAS PARA PARASOLES

En respuesta a la creciente variedad de productos para la sombra que hay en el mercado hoy en día y el creciente aprecio de cómo los elementos que aportan sombra pueden ser tan hermosos como funcionales, Glen Raven Custom Fabrics presentó una nueva colección de telas para parasoles.

“Nuestra meta es replantear la conversación alrededor del concepto de sombra”, señaló Vince Hankins, gerente comercial industrial en Glen Raven Custom Fabrics. “En el pasado, la conversación se centraba en toldos y cubiertas para botes, y el énfasis se ponía en la protección contra los elementos. Con la nueva colección de parasoles, nuestra meta es abrir un mundo completamente nuevo de posibilidades decorativas”.

Además de patrones lisos o a rayas que han sido pilares de las colecciones de toldos y telas marinas durante décadas, Custom Fabrics está añadiendo una nueva categoría de sombra decorativa, llamada Decorative Shade. Incluidas en esta categoría se encuentran Unity (fabricada de contenido reciclado con una apariencia texturizada distintiva que tiene una historia de sostenibilidad), Alloy (una apariencia metálica de alta tecnología que proporciona filtrado de luz al tiempo que permite que la luz lo atraviese) y Fundamental (una tela de tejido jacquard con una sofisticada apariencia de lujo). Las telas están dirigidas a aplicaciones de sombra domésticas, comerciales y marinas.

“Estas telas se crearon para generar oportunidades de crecimiento para nuestros clientes de toldos y telas marinas”, dijo Suzie Roberts, vicepresidenta de ventas. “Nuestros clientes disfrutarán las mejoras continuas a nuestras telas Sunbrella® de construcción tradicional, mientras que las nuevas ofertas no se comparan con nada que haya en el mercado ahora mismo”.

La Colección Decorative Shade es resultado de dos años de trabajo de diseño y desarrollo por parte de Glen Raven. Las telas de la colección fueron presentadas a selectos clientes y miembros de la industria a lo largo del proceso de desarrollo mientras la compañía se esforzaba por crear una colección que ampliaría las fronteras de lo que pueden representar las telas para parasoles. Las aplicaciones para las nuevas telas recorren la gama completa de las aplicaciones para sombra, e incluyen toldos fijos y retractables, carpas, toldos de vela, sombrillas y protección solar así como capotas y otros accesorios de parasol para botes.

“Estamos impulsando hacia delante con fuerza el diseño y estética de nuestra tela con estas introducciones innovadoras”, dijo Hankins. “Ofrecer una variedad de texturas y diseños de las telas como las que se encuentran en la Colección Decorative Shade de parasoles decorativos nos permite cambiar la conversación sobre soluciones de telas y estructuras de parasol más allá de las aplicaciones tradicionales, de manera que podemos ayudar a crear oportunidades de crecimiento para nuestros clientes”.

Las nuevas telas decorativas se crearon con una narrativa específica para cada una de ellas. Fundamental es una tela de jacquard para parasol creada con elementos clásicos con un giro moderno, ideal para aplicaciones exclusivas y altamente decorativas. Como la primera tela de su clase en los Estados Unidos, utiliza una confección tradicional de tela Sunbrella y un sencillo concepto a rayas que da como resultado el clásico diseño de pata de gallo. Disponible en los colores Charcoal, Sand y Walnut el patrón de la tela Fundamental es distintivo de cerca, aunque sutil a distancia. La tela es ideal para aplicaciones de marcos fijos o estructuras retractables, así como para sombrillas.

Con base en el creciente interés en los productos de parasoles de superficie lisa y con aspecto metálico, Alloy toma el aspecto atrevido y técnico de esas estructuras y las eleva con la confección de telas que permiten que la luz y el agua se filtren a través del material. Utilizando el hilo de acrílico de Sunbrella y el hilo patentado de PVC de Glen Raven que se produce de manera interna, la tela tiene un impactante lustre metálico, una mezcla de materiales que crea una apariencia dicotoma de mate y brillo. Disponible en colores Silver, Vapor (un tono ligeramente perlado), Steel y Bronze, Alloy apuesta por un aspecto diferente con cada instalación, lo que incluye las estructuras de marcos fijos, parasoles en forma de vela o persianas enrollables.

“Alloy lleva al primer plano el valor estético de las estructuras metálicas para parasoles, pero lo combina con una solución textil que permite la flexibilidad de la construcción”, destacó Hankins. “Está diseñada para una estructura donde la necesidad de una estética arquitectónica supera la necesidad de la protección total contra los elementos”.

También como parte de la Colección Decorative Shade de Sunbrella está Unity, una línea de telas hechas a base de contenidos reciclados que ofrece una rica textura dimensional. Unity combina hasta un 50 por ciento de fibras de Sunbrella recicladas en un proceso postindustrial con fibra virgen de Sunbrella, con lo cual logra un estilo único y un encanto vintage a la vez que ofrece ricos colores, texturas distintivas y excelente desempeño. Esta tela, disponible en tonos Ashe, Granite, Char, Leaf y Garnet es ideal para cualquier aplicación de parasoles decorativos.

En internet en la página [www.sunbrella.com/showroom](http://www.sunbrella.com/showroom).



NUEVAS TELAS DE PARASOL: COLECCIÓN RETRO



PARASOL DECORATIVO: COLECCIÓN ALLOY



PARASOL DECORATIVO: COLECCIÓN FUNDAMENTAL

# LA INDUSTRIA TEXTIL CONTINÚA SU IMPULSO HACIA ADELANTE CON OFERTAS DE VALOR AGREGADO DE B&O

Cualquiera que piense que la industria textil en los Estados Unidos ya no es un segmento viable de la economía debe hablar con Brand & Oppenheimer (B&O) de Red Bank, NJ. Fundada en 1913 como proveedor de forros para prendas, la empresa no solo se ha reinventado como proveedor que oferta tela técnica con valor añadido, sino que también continúa invirtiendo en el futuro a través de la reciente adquisición de Performance Textiles, un líder en ropa de trabajo de alta visibilidad.

B&O ha tenido otros avances recientemente, que incluyen atraer a los veteranos de la industria Edward Ricci, Ben Galpen y Bryan Boulis, quienes han estado operando bajo el auspicio de 1947 LLC, bajo gerencia de B&O. Su conocimiento de los clientes y del sector vienen muy bien a los productos de B&O.

“Las marcas B&O y Performance Textile son conocidas especialmente por sus atributos de desempeño que van del manejo de la humedad a la resistencia al fuego”, señaló Ricci. “Conocemos la empresa desde hace muchos años y creemos que hay muchas sinergias entre nuestros conocimientos y experiencia con telas y las necesidades de la empresa en estos momentos. Estamos entusiasmados de lanzarnos a esta asociación y planeamos acelerar la trayectoria de crecimiento”.

A lo largo de las últimas dos décadas, B&O se ha distinguido como líder en las conversiones textiles para las fuerzas armadas de los Estados Unidos y está aportando la misma experiencia en telas a múltiples segmentos del mercado comercial. En octubre de 2011, Praesidian Capital se convirtió en inversionista de B&O junto con la gerencia, para respaldar el crecimiento de la empresa. Hoy en día, B&O desarrolla exclusivas soluciones de telas para clientes en una variedad de pesos y construcciones de nailon, poliéster, algodón, lona y una combinación de telas tejidas e hiladas. Como quedó en evidencia a través de su adquisición de Performance Textiles, B&O está comprometido a estar a la vanguardia en la ropa de trabajo de protección.

“Una de las áreas de crecimiento a las que estamos apuntando es la de telas de ropa de trabajo relacionadas con la seguridad, en donde B&O ya se encuentra bien posicionada”, dijo Ricci. “Creemos que los trabajadores estadounidenses y sus empleadores incrementarán la demanda de dicha protección, especialmente para trabajadores de las carreteras con telas de alta visibilidad, así como personal que maneja combustible en las pistas de aeropuertos. Los avances tecnológicos significan que habrá nuevas oportunidades de producto en los meses y años venideros”.

El enfoque en el mercado de ropa de trabajo de protección fue un impulsor en la adquisición por parte de B&O de Performance Textiles, Inc., la cual comenzó a diseñar y producir telas de alta visibilidad que cumplieran con el estándar ANSI cuando este se introdujo hace más de 11 años. Performance Textiles, con oficinas en Duxbury, Massachusetts y Greensboro, Carolina del Norte, ofrecía una línea de productos de alta visibilidad que incluía camisetras resistentes a las llamas, chalecos de seguridad, impermeables y chalecos de uso diario.

En asociación con Glen Raven Technical Fabrics, Performance Textiles ayudó al lanzamiento de las telas de alta visibilidad para chalecos de seguridad GlenGuard®. Al usarse junto con los uniformes de telas de GlenGuard FR, se ofrece a los trabajadores el más alto nivel de protección de la industria, incluida protección de destellos de arcos voltaicos.

“Performance Textiles era una empresa única y bien establecida en la industria con procesos de producción y proveedores similares a los nuestros”, comentó Ricci. “La empresa se había distinguido como líder tecnológico y su conocimiento y experiencia técnica junto con sus sólidas relaciones con clientes y proveedores son adiciones valiosas a nuestro negocio”.



Además de su liderazgo en ropa de trabajo de alta visibilidad, Performance Textiles tenía productos establecidos que van desde globos aerostáticos y paracaídas deportivos hasta tiendas de campaña, carpas de vehículos recreativos y mochilas. Performance Textiles también aportó una bien establecida relación con Glen Raven Technical Fabrics, la cual comparte con B&O. Su asociación estratégica con Glen Raven fue un componente clave del interés inicial y de la compra posterior.

“En B&O estamos comprometidos a formar asociaciones estratégicas tanto con nuestros clientes como con nuestros socios proveedores”, confirmó Ricci. “B&O ha estado trabajando con Glen Raven durante décadas y hemos construido una relación fantástica trabajando juntos en una variedad de aplicaciones textiles altamente innovadoras, desde materias primas hasta el teñido y acabado. Ellos tienen una gran marca en la línea GlenGuard de telas de ropa de trabajo protectoras y estamos ansiosos por continuar con el avance que ellos han conseguido con nosotros y con Performance Textiles”.

La categoría de ropa de trabajo protectora abarca muchos tipos distintos de telas y B&O planea crecer considerablemente a lo largo de los próximos dos o tres años, ya sea de manera orgánica o a través de posibles adquisiciones. Si bien la ropa de trabajo protectora es un área de concentración importante, B&O también se está concentrando en otros segmentos que requieren atributos de desempeño, como telas para aplicaciones médicas, industriales y de paracaídas, así como segmentos que están orientados al desempeño al igual que a la moda, como la ropa deportiva.

“Vemos a nuestro personal y recursos como extensiones de Glen Raven; una asociación que valoramos enormemente”, resumió Ricci. “Estamos ansiosos por seguir trabajando juntos para crear nuevas e innovadoras soluciones textiles para nuestros clientes y para el trabajador de los Estados Unidos”. Glen Raven Technical Fabrics comparten una perspectiva similar en esta asociación estratégica.

“Hoy en día, las necesidades de los clientes suelen exceder las capacidades de cualquier empresa individual, lo que hace que las asociaciones estratégicas sean de vital importancia”, dijo Jeff Michel, vicepresidente de telas industriales para Glen Raven Technical Fabrics. “Es una señal tremendamente positiva que dos de nuestros mejores socios - B&O y Performance Textiles - hayan combinado sus recursos y estén continuando con sus exitosas relaciones con Glen Raven”.



En Internet en  
[www.brandandoppenheimer.com](http://www.brandandoppenheimer.com).





En Internet en [www.marcocanvas.com](http://www.marcocanvas.com).

## EL DUEÑO DE MARCO CANVAS QUE DIO EL SALTO EN 2008



TAMMY AND ED SKRZYNSKI

Mencione el año 2008 a la mayoría de las personas y es probable que recuerden el inicio de la peor desaceleración económica desde la Gran Depresión en la década de 1930. Para Ed Skrzynski, sin embargo, el año 2008 tiene un significado aún mayor. Ese fue el año en el que abandonó una carrera que lo hacía viajar por el mundo con una empresa internacional de herramientas e ingeniería de procesos para tomar las riendas del negocio de su padre, Marco Canvas & Upholstery LLC de Marco Island, Florida.



“Nos sentimos casi como si estuviéramos locos cuando corrimos este riesgo durante la recesión, pero yo nunca he entendido las actitudes derrotistas”, dijo Skrzynski.

“La industria estaba en crisis cuando tomamos el mando aquí, pero para nosotros la actitud fue la de avanzar a toda vela. Si uno se dice a sí mismo que las cosas están mal y que no puede tener éxito, entonces no va a lograrlo. Nosotros vemos el valor de aprender siempre”.

La motivación detrás del cambio de carrera de Skrzynski fue su familia, incluida su esposa, Tammy y sus dos hijos a quienes extrañaba durante sus viajes alrededor del mundo en su empleo anterior. Marco Canvas tiene una sólida reputación en el mercado y un pequeño núcleo de

gente talentosa. Los elementos que faltaban eran el trabajo en equipo, la incorporación de tecnología, las ventas agresivas, la mercadotecnia y una oferta de productos diversificada. Skrzynski se propuso ofrecer todas estas características.

“Cuando eché un vistazo por primera vez a Marco Canvas en 2008, encontré una organización que estaba muy orientada hacia el individuo; lo que faltaba era un equipo con metas en común”, dijo. “Nos propusimos determinar quiénes eran las personas más fuertes en cada tarea individual. ¿Quién era el mejor en la tapicería, en la producción de cerramientos, ventas, diseños, administración, etcétera? Nos volvimos rentables en nuestro primer mes. Entonces comenzamos la investigación e incorporamos la tecnología y alentamos la capacitación cruzada”.

A pesar de la recesión, Marco Canvas invirtió en el negocio y este creció de cuatro personas en 2008 a un equipo de 15 hoy en día. La visión de la empresa es “crear espacios en los que sea más fácil vivir”, que aplica a una amplia variedad de productos para hogares, hostelería y botes. En su amplia gama de ofertas se incluyen toldos fijos y retractables, pantallas solares y cerramientos para patio, sombrillas personalizadas, tapicería de exteriores, todo tipo de cubiertas marinas y una variedad de fabricaciones de metal personalizadas. Además del trabajo de lona personalizado, Marco Canvas ha creado productos



exclusivos y patentados que se venden a usuarios finales en el sector hostelero.

Con todos los cambios que se han realizado desde 2008, Skrzynski considera que la creación de un sistema de gestión de producción ha sido su mayor logro con Marco Canvas.

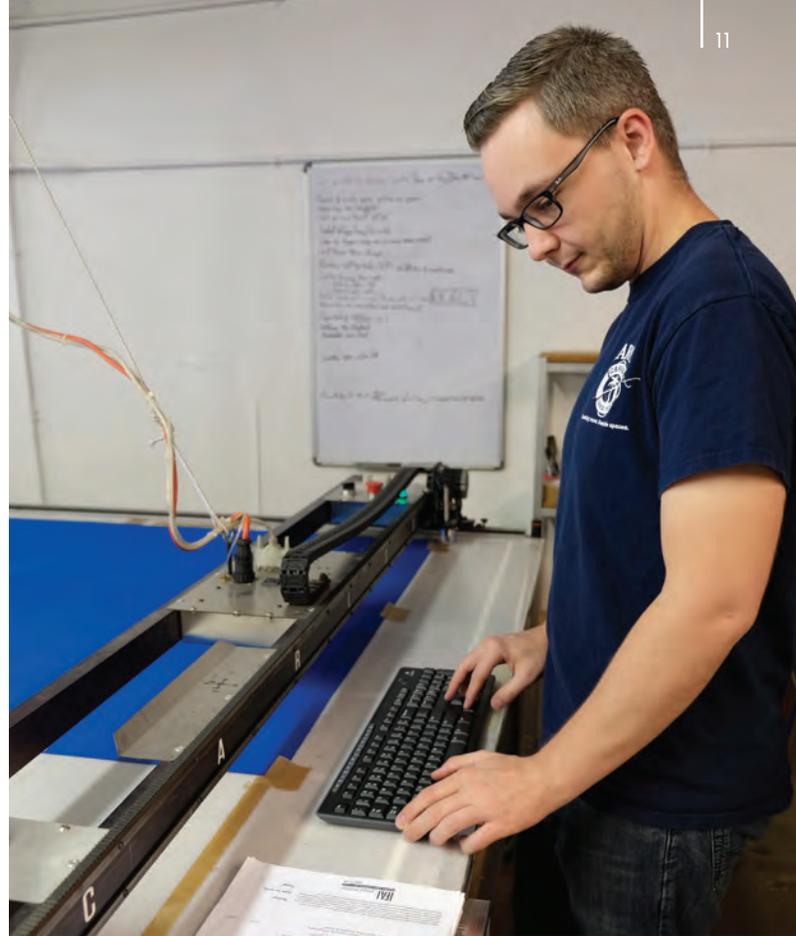
“Con este sistema, si tenemos una orden de una capota de sol, por ejemplo, ahora comenzamos a hacer una plantilla digital que se envía a nuestros departamentos de metales y/o telas”, dijo. “Los marcos se producen al mismo tiempo que se están cortando y cosiendo las telas de manera que un departamento no está esperando al otro. La comunicación es importante y el flujo de productos es más rápido, más eficiente y más preciso”.

Skrzynski comparte sus tareas administrativas con su esposa, Tammy, cuyo enfoque se encuentra en la gestión administrativa, financiera, de inventario y de producto. Él también juega muchos papeles con un enfoque principal en ventas y mercadotecnia y un desarrollo de productos nuevos.

“Consideramos a los concesionarios de embarcaciones como distribuidores para nuestros productos”, dijo. “Al crear productos estándar y producir patrones para artículos que aún no están disponibles por parte del fabricante de equipo original, podemos responder más rápidamente y los concesionarios pueden ofrecer un mejor servicio. No salimos a medir y crear nuevos patrones para cada proyecto. Es una aproximación similar a la de un fabricante de equipo original y nos proporciona el volumen que necesitamos. Desde luego, seguimos haciendo trabajo personalizado, pero tendemos a hacerlo utilizando procesos más rápidos y precisos”.

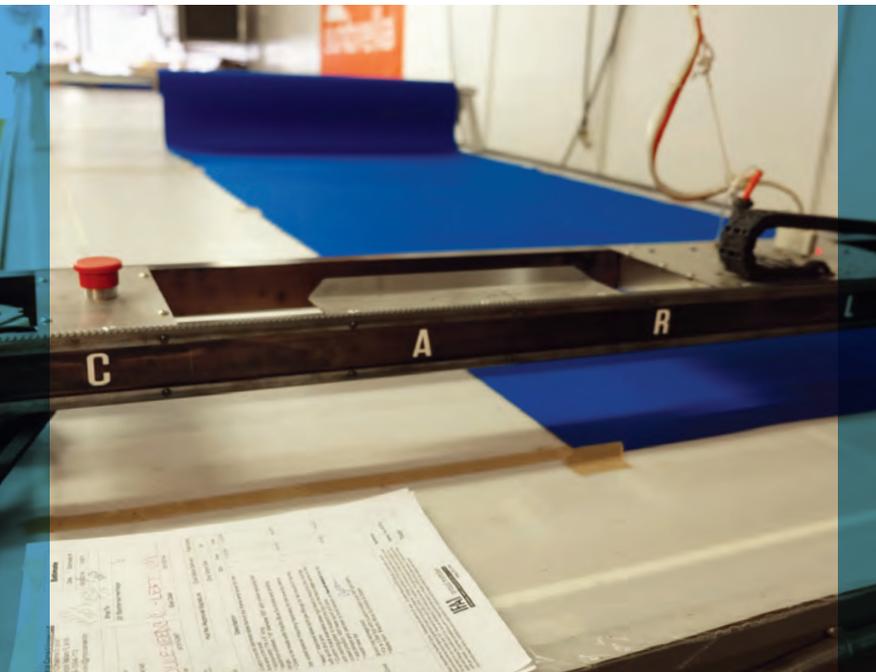
Otro factor que ha jugado un papel importante en el crecimiento de Marco Canvas ha sido el reconocimiento de marca de las telas Sunbrella®, que es la oferta insignia de la empresa, y el respaldo de Trivantage, la subsidiaria de distribución de Glen Raven. Atendido por el representante de cuenta Keith Purves, Trivantage no solo proporciona las telas, los herrajes y las cuerdas que Marco Canvas necesita sino que también ofrece capacitación e ideas para la construcción del negocio.

“Yo considero a Trivantage un verdadero socio que aporta valor agregado”, dijo Skrzynski. “Durante la primera semana en la que tomé las riendas había un seminario en Miami sobre cómo vender toldos retractables, aprendí mucho de ese evento, y vendemos muchos toldos retractables. Hace un año y medio, Trivantage organizó un seminario sobre ventas de parasoles a la que asistimos tres de nosotros. Hemos vendido más de 13 proyectos personalizados de toldos de vela y nos hemos convertido en el recurso de preferencia para este tipo de solución de parasol. A través de estos eventos hemos creado grandes contactos y nos hemos dado cuenta de que Trivantage no es solo un proveedor integral para nosotros sino que también nos puede ayudar a crecer”.



Skrzynski se mantiene positivo en su perspectiva para el negocio con un énfasis en la eficiencia y la expansión de su librería digital de patrones y ofertas de productos exclusivos.

“Seguiremos desarrollando nuestros propios productos y solicitando patentes para algunos y seguiremos incorporando a nuevos miembros jóvenes al personal”, dijo. “Me gusta pensar que creamos productos a la antigua en algunos sentidos, pero que lo hacemos en un entorno digital”.





## ¿DESEA UN SOFÁ EN DOS SEMANAS? NO ES PROBLEMA PARA BAUHAUS

En el modelo tradicional de compras minoristas, los clientes que buscan un nuevo sofá o un sillón visitan una gran sala de exposición de ventas, seleccionan un marco y telas, hacen el pedido y luego recibirán la noticia de que la más reciente adición a la decoración de su hogar probablemente llegará en aproximadamente ocho semanas, o tal vez más tiempo.

Pero esos días están cambiando rápidamente, gracias a empresas como Bauhaus Furniture de Saltillo, Mississippi. Cuando ordena muebles Bauhaus en una tienda minorista local, puede esperar estar disfrutando de sus nuevos muebles en dos semanas, gracias a un eficiente flujo de trabajo y al trabajo arduo y experiencia de la fuerza laboral de la empresa.

“Una de las tendencias más importantes para los consumidores hoy en día son las compras por Internet y la expectativa de que pueden recibir lo que sea de manera rápida y eficaz”, dijo Britt Allred, dueño y presidente de Bauhaus. “La industria del mobiliario debe responder a esta tendencia y en Bauhaus creemos que una de nuestras mayores ventajas es nuestra velocidad de llegada al mercado. Tomamos decisiones rápidamente para poder completar los pedidos de los clientes en entre dos y tres semanas”.

Bauhaus ha estado construyendo muebles tapizados de alta calidad en el noreste de Mississippi desde 1989. Operando con más de 18,500 metros cuadrados de espacio de producción, Bauhaus se encuentra en una ubicación ideal en una de las mayores regiones productoras de muebles de los Estados Unidos que ofrece acceso cercano a habilidosos artesanos de la mueblería y una variedad de proveedores de componentes para muebles. En 1999, Bauhaus se convirtió en parte de la compañía La-Z-Boy, pero en marzo de 2014, una vez más se volvió una empresa privada cuando fue comprada por Allred.

“Nuestra mayor fortaleza es nuestro equipo en adquisiciones, diseño, calidad, fabricación y atención al cliente”, dijo Allred. “Antes de comprar la compañía, me aseguré de que este equipo permaneciera en su lugar tras la compra, y así fue. Como empresa privada, somos ágiles y flexibles, y una de nuestras principales prioridades ha sido conservar los empleos que ofrecemos en Mississippi”.



La fábrica de Bauhaus está organizada alrededor del concepto de calidad, eficiencia y control de costos. Con la mayoría de sus proveedores clave ubicados a 30 minutos o menos de su fábrica, los inventarios en la planta de Bauhaus se mantienen bajos incluso en este entorno de rápido cumplimiento de distribución. Prácticamente todos los artículos se fabrican a pedido en un calendario de producción semanal.

“Una de las razones por las que soportamos la recesión fue el hecho de que nos mantuvimos fieles a nuestra posición como una empresa que controla sus costos y se concentra en ofrecer valor”, dijo Allred. “Estos programas en verdad nos han rendido frutos”.

Tradicionalmente Bauhaus ha sido reconocido como el punto de precio inicial para las tiendas de departamentos, pero esa posición está cambiando bajo la dirección de Jeannie Corey, directora de diseño. Las líneas a la medida, apariencia elegante y tapizado de calidad siguen definiendo la estética de Bauhaus y las tiendas de departamentos siguen siendo un enfoque fundamental. Pero al mismo tiempo, Bauhaus está construyendo sobre su reconocimiento de marca para expandir su base de clientes en el segmento de mercado medio superior.

“Para los últimos cuatro mercados de muebles nuestras presentaciones han seguido con las líneas limpias y simples por las que se conoce a Bauhaus, pero con una apariencia más elegante y vanguardista”, dijo Corey. “A través de acentos de diseño, estamos ofreciendo a los consumidores mayor atractivo de moda al tiempo que seguimos siendo asequibles”.

Incluso con su diseño adicional, Bauhaus sigue concentrándose por ofrecer rápida disponibilidad.

“Una de nuestras múltiples fortalezas en Bauhaus es que ofrecemos a los clientes un producto elegante, cómodo y de alto valor en un período corto de tiempo”, dijo Josh Robbins, gerente de planta de Bauhaus que encabeza una fuerza laboral de 250 empleados. “Britt y Jeannie tienen una gran ojo para el estilo y la calidad, y con el liderazgo y sólida ética laboral de Britt, prosperaremos. Britt tiene una gran visión para Bauhaus y siempre está trabajando por hacernos aún mejores”.

Uno de los elementos importantes para la visión que Britt tiene para Bauhaus es ofrecer a los minoristas programas completos de comercialización para atraer a los clientes a las tiendas e incrementar las ventas. Es este enfoque en los programas lo que ha llevado a Bauhaus a asociarse con la marca Sunbrella®.

“Nuestra filosofía consiste en enfatizar los programas, no los artículos, así que esta es una de las razones por las que las telas Sunbrella® siempre nos han atraído”, dijo Allred. “Comenzamos a ofrecer telas Sunbrella hace dos años y el programa ha excedido nuestras expectativas. Los clientes buscan la comodidad por encima de todo lo demás en los muebles, pero también desean productos hechos en los Estados Unidos y les atrae el buen desempeño, que es en donde en verdad brilla Sunbrella. Sunbrella será una parte principal de nuestros planes comerciales de cara al futuro”.

Otra de las tendencias principales del comercio minorista hoy en día que Bauhaus está abordando a través de su programa con Sunbrella es la necesidad de más color.

“Hemos escuchado de los minoristas que quieren llevar más color a los pisos de ventas”, dijo. “En las mueblerías, hoy en día en general hay colores café, marrón y colores neutros, y los minoristas desean añadir color y estamos buscando maneras de ayudarlos. Esa es una de las áreas en las que entra Sunbrella. Tienen excelentes colores que además son resistentes a la decoloración”.



**BRITT ALLRED**



**JEANNIE COREY**

En Internet en  
[www.bauhausfurnituregroup.com](http://www.bauhausfurnituregroup.com).



# EL PROGRAMA "PERSPECTIVE" EXPANDE LA IMAGINACIÓN DE LAS TELAS SUNBRELLA®



Glen Raven Custom Fabrics ha creado un programa continuo para apoyar las nuevas maneras de pensar sobre cómo pueden las telas Sunbrella® hacer la vida más bella, cómoda y despreocupada. El programa, llamado "Perspective" comenzó hace dos años con el inspirado diseño de un departamento urbano tipo loft en Atlanta y se expandió durante 2014 para incluir una casa de playa, un remolque Airstream clásico, un yate de lujo y creaciones únicas para interiores de una selecta lista de diseñadores de interiores.

"Nuestro objetivo para el programa Perspective es entrar en contacto con la comunidad del diseño y con nuestros clientes para materializar una amplia variedad de oportunidades creativas para las telas Sunbrella", dijo Gina Wicker, directora creativa de telas Sunbrella. "A través de videos en línea, blogs y eventos especiales, estamos colaborando con la comunidad del diseño y comunicándonos con clientes sobre cómo pueden usar nuestras telas para enriquecer y hacer más placentera la vida".

Glen Raven continuó con el programa Perspective el pasado verano con Perspective New England que exploraba una serie de desafíos de diseño a través de tres proyectos: "The Rhode Yacht", una revitalización clásica de un remolque Airstream Argosy de 1977; "The Real Yacht" un yate de paseo M36 de lujo de Morris Yachts; y "The Beach House", una residencia familiar en Narragansett, Rhode Island. Los tres proyectos explotaban las capacidades creativas de exitosos diseñadores para llevar a la vida las telas Sunbrella.

"Con Perspective New England, expandimos la historia para mostrar la versatilidad de las telas Sunbrella, desde aplicaciones conocidas como toldos y capotas marinas, hasta diseño orientado a los niños e interiores marinos de lujo", dijo Wicker. "Nos asociamos con increíbles diseñadores así como con Island Outfitters, Morris Yachts y la familia Hall en este viaje de diseño a través de Nueva Inglaterra".



## Nueva Inglaterra: Parte uno "The Rhode Yacht"

"The Rhode Yacht" cuenta la historia de remodelación de un remolque Airstream y presentó a los espectadores a Greg Hall, el dueño tanto del remolque como de la casa de playa, y a Morris Yachts, constructores de yates veleros de lujo hechos a la medida, quienes fueron cruciales en la reconstrucción del interior del remolque. "The Rhode Yacht" completó un tour de mercadotecnia móvil el verano pasado a lo largo de la costa de Nueva Inglaterra, visitando regatas, exposiciones náuticas y festivales musicales.



## Nueva Inglaterra: Parte dos "The Real Yacht"

Lanzado a mediados de julio de 2014, "The Real Yacht" exhibió las muchas maneras en las que las telas Sunbrella pueden utilizarse tanto arriba como abajo de la cubierta en un Morris M36 edición especial que celebró el décimo aniversario del icónico yate de paseo. El diseño incluyó telas decorativas de alta calidad hechas por Richard Frinier para Sunbrella. Kate Gable Seremeth de Tack Studios encabezó el diseño.

"Un yate de paseo en realidad es un hogar en el agua", dijo Seremeth. "Con las telas Sunbrella, se puede tener la misma comodidad y estilo del hogar sin poner en riesgo el desempeño".





Nueva Inglaterra: Parte tres

## "The Beach House"

"The Beach House" incluyó una serie de desafíos de diseño que resuenan con familias en todo el mundo. Kate Jackson de Kate Jackson Design ayudó a la familia Hall, Greg, Stacie, sus dos hijas y sus dos perros, a crear un diseño chic costero tan sofisticado como resistente. Los espacios dentro y fuera de la casa se transformaron utilizando telas Sunbrella.

"Como madre de tres hijos, entiendo que el desgaste inevitable de tener niños activos y mascotas en ocasiones puede significar un desastre. Por eso las telas Sunbrella son realmente perfectas para mí y mi familia", dijo Jackson.



La historia inspirada en telas de Perspective New England se expandió de forma digital en un sitio web dedicado y a través de contenido adicional en línea que incluía videos cortos sobre complicados desafíos para el diseño interior como quitar manchas de telas, consejos para colgar

decoraciones para ventanas y cómo acomodar los muebles. La serie informa a los consumidores con cuáles minoristas están disponibles las telas Sunbrella y cómo obtener acceso a recursos adicionales de Sunbrella disponibles en la industria trabajando con diseñadores y fabricantes.



Nueva York

## Alto diseño

La más reciente versión del programa Perspective se llevó a cabo en el otoño de 2014 en Highline Stages, un edificio de tres pisos designado como monumento histórico en el corazón del vecindario de Chelsea, en Manhattan. Se eligió Highline Stages debido a su dedicación a promover la innovación y la creatividad entre fotógrafos, cineastas, artistas y diseñadores.

“Perspective New York hizo evolucionar nuestro programa al poner en primer plano una multitud de ideas de diseño específicas de nuestras colecciones de tapicería de lujo disponibles a través de salas de exhibición”, dijo la directora creativa Gina Wicker.

Se seleccionó a cinco diseñadores para construir viñetas de habitaciones: Brian Patrick Flynn (Flynnside Out Productions), Alex Gaston (Mark Cunningham, Inc.), Drew McGukin (Drew McGukin Interiors), Kate Jackson (Kate Jackson Design) y Brian Paquette (Brian Paquette Interiors). Desde colores pastel hasta colores neutros y estilo moderno de mediados de siglo hasta estilo ecléctico cotidiano, las viñetas estaban repletas de tapizado individualizado, gráficos originales y accesorios que comunicaban la visión de cada diseñador.

El mobiliario para Perspective New York dentro de las viñetas fue construido a la medida por Bjork Studio, un estudio de muebles y tapicería artesanales con base en Atlanta. Algunos socios adicionales en la creación de las viñetas incluyeron a Colonial Mills, Textillery, Jayson Home, Workstead, Miles Talbott, Frette, Cody Hoyt, Hugo Guinness y otros.

“Perspective New York les dio a talentosos diseñadores la oportunidad de dejar volar su imaginación creando habitaciones a las que nadie les diría que no”, dijo Wicker. “La manera en la que los consumidores y otros diseñadores de interiores pueden traducir estas ideas a través de la belleza, la durabilidad y la flexibilidad de nuestra colección de salas de exhibición de telas Sunbrella es la esencia de Perspective”

*Perspective New York fue coauspiciado por The Hearst Design Group.*

*Viñetas de habitaciones (de arriba hacia abajo): Brian Patrick Flynn (Flynnside Out Productions), Alex Gaston (Mark Cunningham, Inc.), Drew McGukin (Drew McGukin Interiors), Kate Jackson (Kate Jackson Design) y Brian Paquette (Brian Paquette Interiors).*



En Internet en  
[www.sunbrella.com/perspective](http://www.sunbrella.com/perspective).



# GEO SOLUÇÕES: UN ENCUENTRO DE INTERESES EXPANDE A STRATA



VICTOR PIMENTEL



JULIO PIMENTEL

En el otoño de 2013, Glen Raven completó una asociación de empresa conjunta con Geo Soluções, una joven empresa de geomallas en ascenso en Brasil. La asociación promovió la meta de Glen Raven Technical Fabrics de crecer a nivel mundial a través de su subsidiaria, Strata Systems, al tiempo que proporcionó a Geo Soluções la inversión adicional necesaria para mantenerse al ritmo de las necesidades de infraestructura de Sudamérica.

Geo Soluções ha completado más de 100 proyectos que normalmente implican la construcción de muros de contención y la estabilización de taludes inclinados que son cruciales para la construcción en el terreno montañoso de Brasil. Entre los muchos proyectos de la empresa están Rodoanel, un cinturón de 177 km en São Paulo y Aerovale, el primer aeropuerto privado del país. Geo Soluções fue creada por los hermanos Víctor y Julio Pimentel, y en la siguiente entrevista comparten con nosotros su historia.

## CUÉNTENOS UN POCO SOBRE USTEDES.

Nacimos en São Paulo, Brasil y hemos vivido aquí la mayor parte de nuestras vidas. Nuestro padre es ingeniero y, como pasatiempo, le

gustaba hacer cosas él mismo; uno de sus grandes proyectos era construir su casa de campo. Este proyecto nos dio la oportunidad de aprender de primera mano cómo es trabajar en la construcción como obreros.

En nuestra juventud también tuvimos la oportunidad de vivir en el extranjero dos años cuando nuestro padre fue aceptado para estudiar una maestría en la Universidad de Leeds en el Reino Unido. Esa experiencia en verdad afectó nuestra perspectiva sobre el mundo.

## ¿QUÉ EXPERIENCIAS TENÍAN ANTES DE FORMAR GEO SOLUÇÕES?

Julio obtuvo su licenciatura en economía y también consiguió una maestría en administración de empresas, y Víctor obtuvo su título de maestría en ingeniería geotécnica. Luego de graduarse, Julio trabajó con empresas estadounidenses, incluidas Arthur Andersen, HP e IBM. Tras la universidad, Víctor comenzó su carrera como ingeniero con Odebrecht, la constructora más grande de Brasil, y más tarde se unió a Ober, una empresa de textiles que se concentraba en la fabricación no tejida de materiales geosintéticos.

## ¿QUÉ LLEVÓ A LA FORMACIÓN DE GEO SOLUCIONES?

Mientras trabajaba con geosintéticos y estudiaba las tendencias alrededor del mundo, a Víctor se le ocurrió la idea de crear nuestro propio bloque de contención por segmentos. Nuestro objetivo era crear un sistema que no solo fuera diferente en su diseño sino también en la manera en la que se interconectaban los bloques. Luego de algunos meses de investigación y pruebas creamos el Geobloco H. y más tarde obtuvimos una patente.

## ¿CÓMO CRECIÓ EL NEGOCIO?

Pensamos que luego de haber diseñado el bloque y el sistema de geomalla íbamos a estar listos para el mercado, pero nos encontramos con que el mercado no estaba listo para nosotros. Éramos jóvenes de veintitantos años intentando vender una compleja solución nueva a experimentados ingenieros geotécnicos brasileños. Nos solían decir: "¿Están diciendo que pueden construir un muro de 12 metros tan solo al conectar estas mallas de plástico a un bloque de concreto ligero sin acero ni concreto? Los sentimos, muchachos, ¡no lo creemos!"

De 2002 a 2006 nos dimos cuenta de que nuestros mejores clientes eran quienes tenían un talud o muro de contención existente que había fallado. Estos trabajos nos dieron algunos casos de éxito interesantes y comenzamos a ser aceptados por grandes empresas de ingeniería y diseñadores.

Inicialmente únicamente surtíamos los bloques y el sistema de geosintéticos e instruíamos a los contratistas sobre cómo utilizarlos. En 2009 hicimos un gran cambio al negocio y creamos una división de servicio para instalar nuestros productos y sistemas en lugar de solo venderlos para que otros los instalaran. Este cambio nos dio la oportunidad de entrar al mercado de cimientos de especialidad de clavos de anclaje, micropilotes y anclajes. Nos convertimos en la única empresa en Brasil que combinada experiencia tanto sistemas de muros de contención como de corte y relleno, lo que nos dio un valor añadido significativo.

Para el 2010 habíamos crecido en un 300 por ciento comparado con el año anterior, y en 2011 en otro 200 por ciento. Luego de unirse a la familia de Glen Raven y Strata Systems, hemos más que duplicado la empresa una vez más.

## ¿CÓMO ES TRABAJAR JUNTOS COMO HERMANOS?

Entendemos que somos un equipo y que nos complementamos el uno al otro. Nuestros valores personales naturalmente son similares y el respeto mutuo es excepcional. Víctor es responsable del área técnica y de ventas y Julio es responsable por las áreas de administración, finanzas y soporte.

## ¿CÓMO DESCRIBIRÍAN LA CULTURA DE SU EMPRESA?

Somos una empresa joven con mucha energía y tenacidad. La edad promedio de nuestros empleados es de alrededor de 28 años. Nuestro proceso de selección es bastante estricto. Además de las habilidades profesionales, buscamos gente cuyos valores personales se alineen con los valores de nuestra empresa. Cuando la gente visita nuestra empresa dicen sentir una energía especial, un clima de "vamos por ello". Nuestro conocimiento técnico y extrema versatilidad para satisfacer las necesidades del mercado nos diferencia de otras empresas jóvenes.

## ¿POR QUÉ DECIDIERON FORMAR UNA EMPRESA CONJUNTA CON GLEN RAVEN?

La sociedad conjunta con Glen Raven le dio a nuestra empresa la credibilidad y la fortaleza de un sólido grupo centenario estadounidense.

Nuestras culturas empresariales son bastante parecidas y consideramos la manera en la que nuestros líderes piensan y actúan como una sinergia. Ahora tenemos una empresa joven y técnica combinada con un fabricante de productos con 134 años de experiencia, y el respeto internacional de la marca Strata. El mercado ve nuestra asociación con Glen Raven y Strata como una gran ventaja, y eso ha ayudado a abrirnos puertas. Creemos que ambas empresas se complementan muy bien.

## ¿CUÁL ES SU PERSPECTIVA PARA EL FUTURO DE BRASIL Y SUDAMÉRICA?

Uno de los mayores desafíos en Sudamérica, especialmente en Brasil, es la inversión en infraestructuras. Sudamérica está lista para crecer en bienes de consumo, minería, agricultura, infraestructuras y energía. Sin embargo, para que este crecimiento pueda ocurrir, las inversiones en infraestructuras son cruciales. Nuestro desafío es dar a conocer nuestra empresa y nuestras soluciones a este mercado y trabajar con la gente correcta, establecer relaciones y proporcionar resultados. Deseamos promover la marca Strata en Brasil como un líder tecnológico en soluciones de geomalla.



"El mercado ve nuestra asociación con Glen Raven y Strata como una gran ventaja, y eso ha ayudado a abrirnos puertas. Creemos que ambas empresas se complementan muy bien".

VICTOR Y JULIO PIMENTEL

En Internet en  
[www.geosoluciones.com](http://www.geosoluciones.com)





## LA CREATIVIDAD EN EL DISEÑO DE ESTUDIANTES ESTIMULA COMUNIDADES

Es un problema que está afectando tanto a pueblos pequeños como a grandes ciudades en todo el país. Conforme los vecindarios residenciales y los centros comerciales se mudan a ubicaciones suburbanas, los núcleos urbanos frecuentemente han sido desatendidos. Lo único que queda de lo que alguna vez fueran dinámicos centros del comercio, las artes y la vida comunitaria son escaparates vacíos y escasa población.

Para ayudar a revertir esta tendencia, la Concept Gallery de Glen Raven el pasado otoño auspició el "Boost Challenge" (Desafío Impulso) que constituyó un esfuerzo colaborativo con el Fashion Institute of Technology de Nueva York. El programa contó con la energía creativa de 120 estudiantes de segundo año para explorar cómo podía utilizarse una amplia variedad de telas y materiales ofrecidos por Glen Raven para crear nuevas identidades para pueblos y ciudades y ayudar a alentar el resurgimiento del comercio y la vida social en estas áreas desatendidas.

La tarea de los estudiantes era crear una nueva apariencia para el centro de Burlington, NC, la ciudad que aloja las oficinas centrales de Glen Raven. Como muchos otros pueblos pequeños en los Estados Unidos, Burlington fue alguna vez un próspero centro social, comercial y de entretenimiento, y se ha dedicado a la revitalización. El Boost Challenge se basó en ayudar a respaldar este esfuerzo al tiempo que se ilustraban los conceptos que podían aplicarse a cualquier comunidad en los Estados Unidos.

"Burlington tiene una fuerte base fundamental en la arquitectura de sus edificios y hay mucho interés en hacerla un lugar que la gente quiera hacer parte de su vida diaria", dijo Allen Gant, III, nativo de Burlington Downtown Corporation, gerente de cuentas especializadas de Glen Raven Custom Fabrics y miembro de la Burlington Downtown Corporation. "El Boost Challenge es una de las muchas maneras en las que podemos revitalizar el interés en el centro de Burlington y crear una atmósfera que atraiga a artesanos y emprendedores". El trabajo de los estudiantes es solo conceptual en este punto y no se ha comprometido ninguna construcción; Gant planea hablar sobre los conceptos de los estudiantes con la Burlington Downtown Corporation como parte de la planificación global para el centro.

Glen Raven seleccionó a Fashion Institute of Technology (FIT) como su socio para el Boost Challenge debido a la reputación de la escuela en cuanto al diseño de vanguardia que abarca comunicaciones y presentaciones visuales. Ubicada en el corazón de Manhattan, la escuela atrae a estudiantes de todo el mundo que tienen el desafío de desarrollar diseños que sean implementados en una gran variedad de entornos, desde tiendas minoristas y exposiciones comerciales hasta museos y espacios públicos.

Para el Boost Challenge se proporcionó a los estudiantes antecedentes e imágenes del centro de Burlington y se les pidió que conceptualizaran cómo usarían materiales de Glen Raven para crear una nueva identidad de marca para el área que atrajera inversiones y visitantes. Los diseños resultantes se presentaron en formatos de dos y tres dimensiones.

"Los estudiantes de FIT en verdad se entregaron al Boost Challenge como una oportunidad para que nosotros aprovecháramos la experiencia y creatividad de los estudiantes en una manera nueva y emocionante", dijo Paige Mullis, directora de desarrollo de concepto en Glen Raven. "Nuestra empresa ofrece una amplia variedad de materiales que pueden utilizarse para crear identidades de marca comunitarias y arquitectura 'blanda' para impulsar la viabilidad de la comunidad".

De acuerdo a Craig Berger, presidente del plan de estudios de presentación visual y diseño de exposición en FIT, el Boost Challenge concordaba idealmente con los programas educativos de la escuela y proporcionó a los estudiantes una oportunidad ideal de trabajar con materiales en un proyecto de la vida real.

"Muchas ciudades y pueblos utilizan carteles para decorar sus centros, pero el Boost Challenge nos llevó más allá de estos conceptos básicos", dijo Berger. "Este programa funcionó a un nivel completamente diferente para utilizar materiales y diseño gráfico de manera tal que se sumerja totalmente en la comunidad con el propósito de reinventar la comunidad. Es una gran oportunidad para que nuestros estudiantes trabajen en un proyecto específico y le ha dado a Glen Raven perspectivas sobre nuevas maneras en las que se puede utilizar estos materiales".

(izquierda) El panel de jueces estuvo compuesto por, de izquierda a derecha: Susan Szenasy, revista Metropolis; Michael Catalano, Capitol Awning Company; Paige Mullis, Glen Raven; Kevin Kelly, Globe Canvas; Allen Gant III, Burlington Downtown Corporation; y James Cropper, Valley Forge Flag.

Docentes de FIT enfatizaron la importancia de que sus estudiantes aprendieran sobre la gama de materiales que están disponibles para el diseño visual y las presentaciones que el Boost Challenge ha abierto para ellos.

“Los diseñadores pueden hacer solamente lo que les permita el arsenal de recursos y materiales que tengan a su disposición”, dijo Anne Kong, docente de FIT. “El Boost Challenge les permitió a nuestros estudiantes entender mejor cómo pueden aplicarse los materiales a una tarea muy específica. Desarrollaron algunas aplicaciones esperadas, y algunas inesperadas, para los materiales que Glen Raven puso a su disposición”.

Las propuestas de los estudiantes fueron juzgadas en cuanto a la efectividad de sus presentaciones para abordar los desafíos de Burlington. Los jueces revisaron la selección de materiales así como los conceptos creativos que se reflejaban en sus distintos diseños.

“Uno de los beneficios directos del Boost Challenge será la manera en la que puede abrir oportunidades de crecimiento para nuestros clientes”, dijo Ann Marie Logue, representante de cuenta de Trivantage. “Las creaciones de los estudiantes deben ayudar a inspirar a nuestros clientes a entrar en contacto con ciudades y pueblos aportando nuevas ideas sobre cómo ayudar a revitalizar los núcleos urbanos centrales. Este programa no solo consiste en pensamiento creativo. Se trata de crear oportunidades de crecimiento para nuestros clientes”.

Glen Raven ofreció a los estudiantes acceso a su biblioteca de materiales a través de una edición móvil emergente de la Concept Gallery de la empresa. Se proporcionaron muestras extensas de material a los estudiantes mientras completaban su trabajo.

“La cartera de productos de Custom Fabrics, Technical Fabrics y Trivantage es ideal para ayudar a las comunidades a crear identidades de marca a través de banderas, carteles, estructuras y espacios creativos de todo tipo”, dijo Mike VonWachenfeldt, gerente de servicio técnico de Custom Fabrics. “A través del uso creativo de estos materiales, las comunidades pueden alentar mayores actividades sociales y económicas en zonas que necesitan un impulso”.

De entre más de 50 propuestas, un equipo de Glen Raven seleccionó a 10 finalistas y un panel de la industria tomó la decisión final de un ganador y dos menciones honoríficas. El panel de jueces estuvo compuesto por James Cropper, Valley Forge Flag; Michael Catalano, Capitol Awning Company; Allen Gant III, Burlington Downtown Corporation; Susan Szenasy, revista Metropolis; y Kevin Kelly, Globe Canvas.

**“Estaríamos listos para construir cualquiera de estas propuestas ganadoras hoy mismo”, dijo Catalano. “Con un poco de trabajo de ingeniería y pequeños cambios en el diseño, podríamos ver estas estructuras en prácticamente todas las comunidades que uno pueda imaginar. Este tipo de pensamiento creativo ayudará a mantener viva nuestra industria”.**



# GANADORES DEL BOOST CHALLENGE

## GANADOR: HOMESPUN

La propuesta ganadora, de CrisAnne Fernández y Samantha Kokinchak se inspiró en la herencia de Burlington como un centro textil y de calcetería. Homespun abarca múltiples instalaciones, todas las cuales apuntan hacia un aprecio por la historia textil.

Un arco de telar consiste de cinco telas que están entretejidas y sujetadas utilizando lanas que se trenzan para crear cuerdas de un tamaño considerable. Cada cuerda está teñida del color de su tela correspondiente en la cubierta tejida. Las bolas de lana, el segundo componente principal de Homespun, son estructuras construidas utilizando un marco fuerte envuelto de cuerda Sunbrella con la misma paleta de colores del arco de telar.



## PRIMER FINALISTA: THE LIVING WALL

Como implica su nombre, "The Living Wall" enfatiza plantas vivientes y vegetación que da vida a la innovación. El muro sería construido utilizando distintos materiales de Glen Raven, aprovechando principalmente la línea de geomallas de la empresa de productos de refuerzo del suelo.

Las estudiantes Lauren Cristofalo y Devlin Chnelich enfatizaron la personalización e individualización de su diseño de The Living Wall a través de la selección y colocación de materiales de Glen Raven en una variedad de estructuras y colores. Las selección de plantas permite

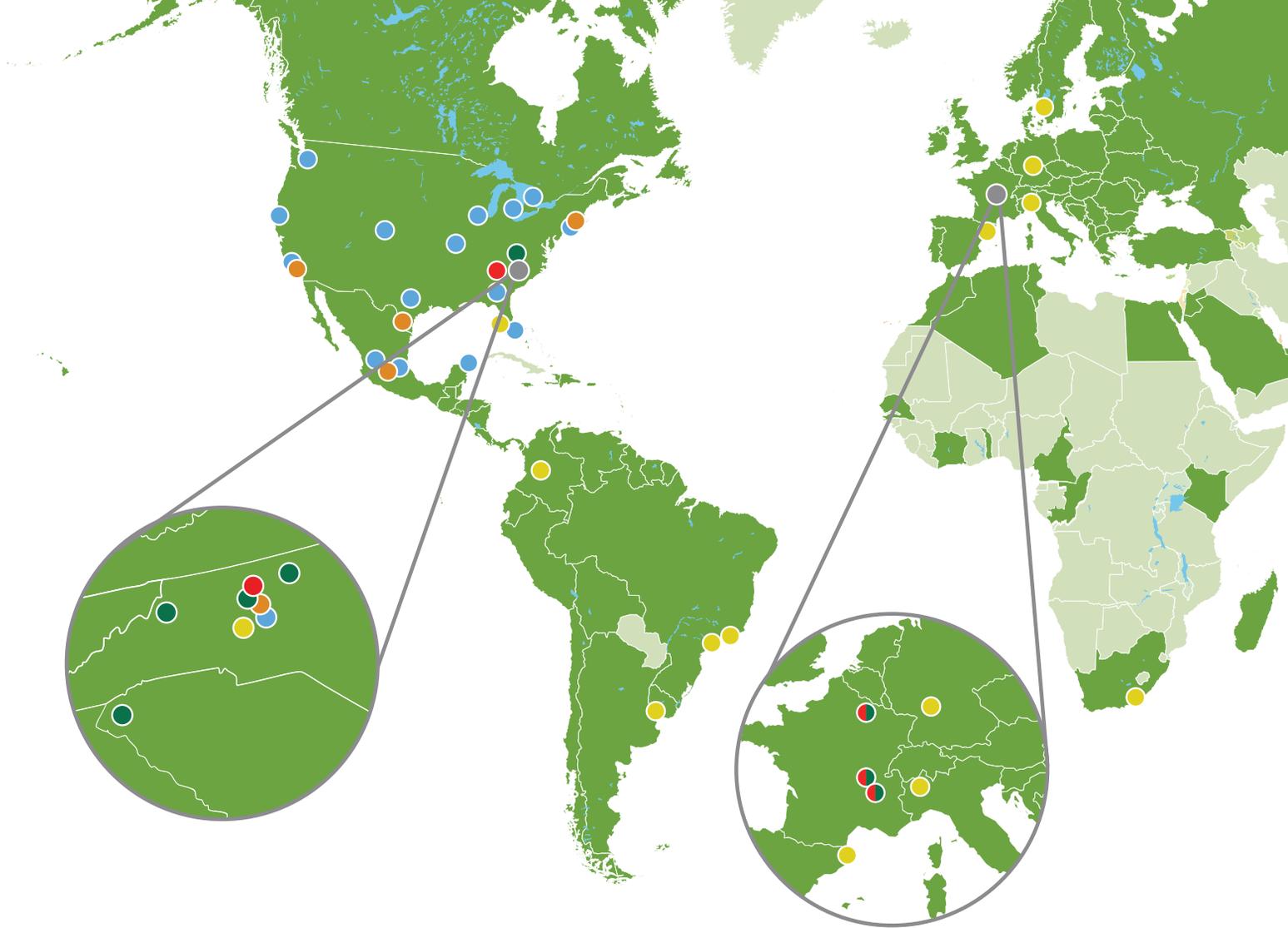
amplias áreas de personalización y cambios por temporada para The Living Wall en el intento de definir un espacio público distintivamente nuevo en el centro de Burlington.

Un elemento adicional a The Living Wall es una comunidad en línea "Burlington Connected" que se planea como un recurso de información sobre escuelas y negocios locales así como actividades asociadas a The Living Wall.

## MENCIÓN HONORÍFICA: THE CONTOUR

Diseñado por Christina An y Elissa Yourth, "The Contour" fue diseñado como un espacio interactivo con una estética incluyente que reflejara a Burlington. Amplias estructuras de tela con formas distintivamente curvas producen una sensación de cohesión a un espacio público que proporciona una estética distintiva y una fuerte atracción para el centro de Burlington.

The Contour incorpora imágenes históricas y madera sin tratar, lo que refleja la herencia industrial y artesanal de Burlington. Las extensas áreas cubiertas y descubiertas son acentuadas con arte local y se enlazan por pasillos que las recorren completamente. Paredes blancas y elementos gráficos contemporáneos son un aporte a la apariencia y sensación clásica y a la vez vanguardista de un nuevo espacio público planeado para el centro de Burlington.



# 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  
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  
Frölunda, Sweden  
46.31.50.00.95

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



- Corporativo
- Fabricación
- Corporativo/Fabricación
- Distribución
- 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  
 91.22.406.35100
- Planta Daman  
 Bhimpore, Daman  
 91.260.222.1060

● Oficina de ventas en Hyderabad  
 Hyderabad  
 91.9949.361.706

● Oficina de ventas de Gurgaon  
 Gurgaon, Haryana  
 91.9871.102.146

**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 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  
 Bogotá, Colombia  
 57.304.649.5126
- Oficina de ventas del sur de  
 América Latina  
 Montevideo, Uruguay  
 59.89.9209.219
- 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
- Oficina de ventas de México  
 Fort Myers, FL  
 239.246.4642

● Oficina de ventas de Tailandia  
 Bangkok, Tailandia  
 66.87.515.8866

**GLEN RAVEN LOGISTICS**

- Oficina corporativa  
 Altamahaw, NC  
 800.729.0081
- Oficina de Laredo  
 Laredo, TX  
 956.729.8030
- Oficina de ventas de México  
 Ciudad de México, México  
 011.525.55.561.9448
- 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