

# RAVEN

VERANO DE 2016 | Núm. 26





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

Estimados lectores:

¿Qué tienen en común Hasbro, Wilson Sporting Goods, General Electric y Ford Motor Company? Las cuatro hace poco fueron nombradas las "Compañías Más Innovadoras del 2016" por la revista Fast Company.

Tres de las cuatro compañías además tienen más de 100 años de antigüedad (Hasbro tiene 93). En una era de nuevas compañías, piensen en Airbnb, Uber y Netflix, cada una de las cuales también se ganó un lugar en la lista, es impresionante que cuatro compañías fundadas antes de 1924 sean algunas de las caras de la innovación en el siglo XXI.

Estas compañías se han basado en generaciones de éxito y han desarrollado sus competencias fundamentales para convertirse en las fuerzas motrices que son hoy. Lo mismo es cierto para los clientes que aparecen en este número de la revista Raven, incluyendo a la empresaria Carolyn Miller. Miller, propietaria de Boat Covers Unlimited, sigue la pasión por la costura a medida de su abuela. En el interior, conocerán cómo la niña Miller de seis años de edad pasó a ser propietaria de su propio negocio en Lake Norman en Carolina del Norte.

Lawrence Fabric & Metal Structures es conocida por su excelencia en diseño e ingeniería. La compañía ha prosperado durante 70 años al superar cualquier tormenta, incluso la decisión de eliminar su programa de toldos residenciales. Como leerán, la decisión, aunque fue difícil, desde entonces, ha transformado el negocio. La transformación también es fundamental para el compromiso de Chaparral Boats con la innovación y la diversificación. Con la reciente adquisición de una nueva línea de lanchas de motor fuera de borda Robalo, Chaparral está posicionada correctamente para hacer frente a los próximos 50 años. En una entrevista con el fundador, aprendemos los beneficios y el valor de pensar a largo plazo.

Para los residentes de la costa, la protección solar es una necesidad, incluso las velas de sombra que están creciendo en popularidad entre los clientes de Coastal Canvas Products. El perfil de esta compañía de toldos de la costa de Georgia incluye consejos para ayudar a los lectores a visualizar la aplicación correcta para su proyecto de sombra al aire libre. Asimismo, M&M Awnings & Signs tiene una historia de crecimiento enorme, longevidad y amor por lo que hace. Descubran cómo una compañía fundada en un garaje pronto estaría suministrando toldos para el Radio City Music Hall, el Carnegie Hall y el Museo de Arte Moderno.

La compañía mexicana Martex remonta su fundación hasta la Revolución Mexicana en 1926, cuando el bisabuelo del actual presidente de la compañía huyó a Cuba. Su posterior regreso daría lugar a la fundación de un fabricante textil especializado cuyos productos, en la actualidad, van desde manteles hasta equipo militar táctico. Su bisnieto también tiene una historia o dos imperdibles sobre su ingreso al negocio familiar.

Por último, en una entrevista con el gerente general de Glen Raven Asia, es posible que se sorprendan por el crecimiento proyectado de la economía china hasta el 2018. También aprenderán acerca de las principales tendencias actuales en textiles de interior y exterior en Asia, incluso cómo el crecimiento económico repentino está moldeando el gusto del consumidor.

Como indican estos artículos, nuestra capacidad para sobrevivir y prosperar en una economía global y sin fronteras depende de lo bien que identifiquemos nuevas maneras de impulsar continuamente nuestros negocios.

*Allen E. Gant, Jr.*



El reconocimiento de la marca de Sunbrella®, la cual Boat Covers Unlimited, Inc. utiliza de manera exclusiva, desempeña una función crítica en el éxito de la compañía de Carolina del Norte. | Página 14

# RAVEN

VERANO DE 2016 | Núm. 26

02

CHAPARRAL BOATS: BIEN CONSTRUIDO DESDE EL INICIO

06

COASTAL CANVAS PRODUCTS: 'CUANDO ENCUENTRA SU LUGAR DE SOMBRA, ENCUENTRA UN LUGAR DE RELAJACIÓN'

10

M&M AWNINGS & SIGNS: UNA HISTORIA DE CRECIMIENTO, LONGEVIDAD Y AMOR POR LO QUE HACE

14

DESDE PASTELES DE MANZANA HASTA CAPOTAS DE SOL, LA PROPIETARIA DE BOAT COVERS UNLIMITED HACE TODO A MANO

18

DURANTE 75 AÑOS Y HASTA LA FECHA, LAWRENCE FABRIC AND METAL STRUCTURES CONVIERTE LAS IDEAS EN REALIDADES

22

DESDE MANTELES HASTA EQUIPO MILITAR TÁCTICO, EL PRESIDENTE DE MARTEX TRANSFORMA LA INDUSTRIA TEXTIL MEXICANA

24

GLEN RAVEN ASIA ACELERA EL CRECIMIENTO DE LAS TELAS SUNBRELLA® EN ASIA

## EN LA PORTADA:

CHAPARRAL BOATS, UNO DE LOS PRINCIPALES FABRICANTES DE LANCHAS DE FIBRA DE VIDRIO EN EL MUNDO, FABRICA LANCHAS EN NASHVILLE, GEORGIA, DESDE 1976, Y LA COMPAÑÍA OFRECE SUNBRELLA® HACE PRÁCTICAMENTE EL MISMO TIEMPO.

# CHAPARRAL BOATS:

BIEN CONSTRUIDO DESDE EL INICIO



“Cuando tienes la suerte de disfrutar de los deportes acuáticos y la pesca desde una edad temprana, no puedes dejar de desarrollar una pasión por el agua y la navegación”, dijo Buck Pegg, fundador de Chaparral Boats, uno de los principales fabricantes de lanchas de fibra de vidrio de calidad en el mundo. “Aún así, es un poco curioso cómo me metí en el negocio de las lanchas”.

Buck se crió en Michigan en un pequeño lago donde pasaba su tiempo libre practicando esquí acuático, pescando y navegando. Su familia finalmente se mudó a Hollywood, Florida, donde su padre abrió una tienda. Cuando Buck tenía 21 años de edad, su padre compró una pistola de fibra de vidrio para construir silenciadores marinos, piscinas, cajas de muelle y una variedad de productos relacionados.

“Mi papá pensaba que la fibra de vidrio era simplemente lo mejor”, recuerda Buck. “Yo trabajaba en la fábrica y me metía en el tema con varios proyectos, pero después de unos años sentí que necesitaba un producto propio”.

Ese producto fue una lancha casco tri-hull de 15 pies que se vendía por solo \$675 en 1965. Esta lancha vanguardista sentó las bases para el crecimiento y expansión de la compañía durante los

siguientes 50 años. A medida que la compañía crecía de manera lenta y constante debido a que las ventas de la lancha casco tri-hull de fibra de vidrio se habían disparado, la compañía decidió comprar un terreno en Fort Lauderdale para construir una fábrica. Sin embargo, para cuando el condado aprobó la venta de la propiedad, el tamaño de la planta que Chaparral Boats tenía permitido construir se había reducido a tan solo 50,000 pies cuadrados.

“Fue entonces cuando comenzamos a buscar otra ubicación. Cincuenta mil pies cuadrados era demasiado pequeño para lo que necesitábamos construir”, dijo Buck. “En 1976 trasladamos la compañía a Nashville, Georgia, y tengo que decir que fue una de las decisiones más importantes y exitosas que he tomado en mi vida”.

Nashville, Georgia, es una pequeña comunidad con menos de 10,000 residentes en el condado de Berrien. Chaparral Boats es el mayor empleador de la comunidad, y muchos de sus empleados son la segunda o tercera generación. Una vez que se trasladó, la compañía comenzó a trabajar en la construcción de lanchas de fibra de vidrio, mientras que, poco a poco, hacía crecer su capacidad de producción. Después de haber comenzado con tan

**DERECHA** Como parte de su proceso de fabricación, Chaparral Boats prueba cada lancha nueva en un tanque de prueba en interiores en el sur de Georgia, donde 800 empleados trabajan en una instalación de un millón de pies cuadrados.



277 SSX



solo 35 empleados y 35,000 pies cuadrados, la compañía ahora emplea a 800 y fabrica en más de un millón de pies cuadrados ubicados en 150 acres.

“No crecimos tan rápido como algunas otras compañías, pero nos mantuvimos y continuamos creciendo a lo largo de la historia de toda nuestra compañía”, dijo Buck. “Siempre hemos dicho que queríamos construir las cosas bien antes de pasar a otra cosa, y eso es lo que hemos hecho gracias a nuestra gente y nuestra administración constante y estable que nos ha permitido hacer frente a desafíos y prever tendencias para adelantarnos a los acontecimientos”.

Con los años, la compañía se ha encontrado ante una buena dosis de desafíos y ha sabido aprovechar las oportunidades que se han presentado. Las recesiones han ido y venido, y Chaparral Boats ha mantenido su posición como el principal líder de participación en el mercado en la industria mediante la diversificación y la inversión en diferentes tecnologías que se ajustan a sus capacidades de fabricación.

“Hemos descubierto que una de las principales claves de nuestro éxito es nuestra capacidad de permanecer ágiles y decisivos; somos una compañía grande que opera como una pequeña empresa cuando se trata de tomar decisiones”, añadió Buck. “También tenemos la suerte de contar con las instalaciones y un personal hábil, que nos permiten reaccionar rápidamente a los cambios en el mercado o las tendencias impulsadas por los consumidores”.

La misión de Chaparral Boats es construir primero la mejor lancha de fibra de vidrio. La compañía ofrece a sus distribuidores y clientes la opción de plantas de energía que actualmente incluyen motores mixtos, fuera de borda y de propulsión a chorro. Este poder de elección ha permitido a Chaparral aprovechar plenamente las nuevas tendencias del mercado, tales como la lancha de propulsión a chorro.

“Es un proyecto enorme ofrecer tres diseños diferentes: motores mixtos, fuera de borda y de propulsión a chorro. Afortunadamente, contamos con el espacio necesario en seis plantas, que simplifica el proceso de fabricación para cada estilo de lancha que ofrecemos”, dijo Buck. “Nos hemos dado cuenta de que no es solo un segmento el que nos mantendrá en el nivel donde queremos estar. Es por eso que nos hemos diversificado y constantemente estamos fabricando productos nuevos, innovadores y de calidad que los consumidores quieren tener”.

Su compromiso con los productos de calidad se extiende por toda su gama de productos, desde sus lanchas de gama más alta hasta la H20, una lancha de valor para los compradores primerizos introducida al mercado durante la última recesión. Con la introducción de la H20, Chaparral restableció la integridad de la fijación de precios que se había perdido durante la recesión, a la vez que ofrecía un producto que no comprometía la calidad por el precio.

“Utilizamos los mismos materiales en esas lanchas que utilizamos en nuestras lanchas más grandes y la mayoría de nuestras lanchas de alta gama”, agregó Buck. “Algunos fabricantes de lanchas bajarían la calidad con el fin de reducir el precio, pero estamos comprometidos con la calidad. Esto significa que, si tenemos que comprar materiales para nuestras lanchas, compramos los mejores.

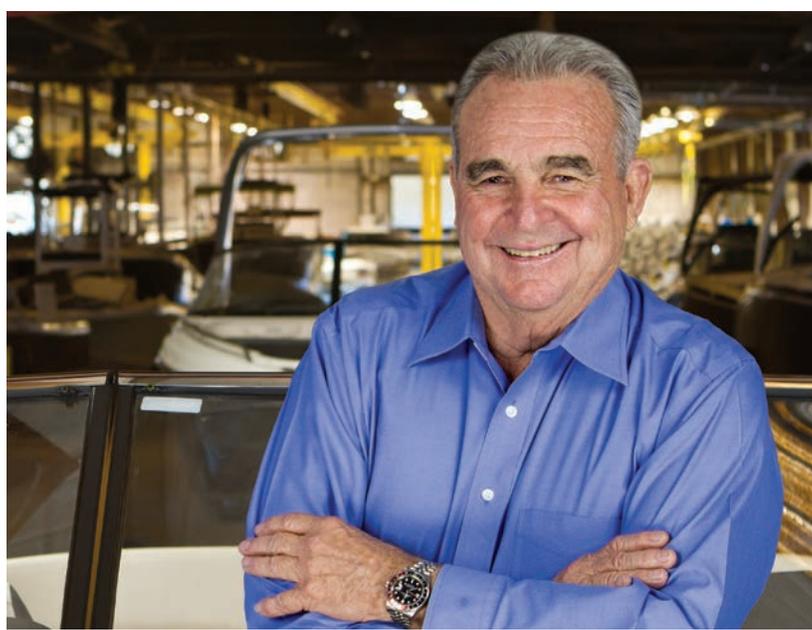
“Hace 35 años que utilizamos productos Sunbrella® y nos gusta utilizar Sunbrella porque es una compañía estadounidense y siempre mantiene la calidad. Poder decir que ofreces productos Sunbrella como tu lona es una excelente herramienta de comercialización porque es conocida por su durabilidad, protección UV y resistencia al moho; toda una lista de beneficios, incluyendo su estabilidad cuando se moja y se seca o cuando pasa de un clima cálido a uno bajo cero”, explicó Buck. “Ofrecemos lanchas de calidad y nos gusta que nos asocien con una marca de calidad”.



El compromiso con la calidad, la innovación y la diversificación ha ayudado mucho a Chaparral Boats en su larga permanencia como un importante fabricante de lanchas de fibra de vidrio. Con la compra y el crecimiento de su línea de motor fuera de borda Robalo y el crecimiento constante del motor de propulsión a chorro, Chaparral Boats está posicionada correctamente para hacer frente a los próximos 50 años. Chaparral y Robalo fabrican actualmente lanchas tanto deportivas como de pesca, cada una de las cuales son líderes de participación en el mercado.

“No pensamos a corto plazo. Cada vez que determinamos nuestro siguiente paso, siempre nos aseguramos de que sea en beneficio de la compañía en su conjunto –desde nuestros empleados y nuestros distribuidores hasta nuestros accionistas”, dijo Buck. “Mientras nos mantengamos enfocados en nuestros clientes y sigamos siendo flexibles y ágiles, podremos continuar aportando valor a todos nuestros interesados. Seguiremos desarrollando el negocio un paso a la vez”.

En Internet: [chaparralboats.com](http://chaparralboats.com)



“Siempre hemos dicho que queríamos construir las cosas bien antes de pasar a otra cosa, y eso es lo que hemos hecho gracias a nuestra gente y nuestra administración constante y estable, que nos ha permitido hacer frente a desafíos y prever tendencias para adelantarnos a los acontecimientos”.

**BUCK PEGG**  
Fundador de Chaparral Boats



Las velas de sombra añaden un elemento visual sorprendente al espacio exterior de un propietario, y también son increíblemente resistentes y flexibles a los elementos.

# COASTAL CANVAS PRODUCTS:

“CUANDO ENCUENTRAS TU LUGAR DE SOMBRA ENCUENTRAS TU LUGAR DE RELAJACIÓN”

Los veranos en Savannah, Georgia, son largos, calurosos y vaporosos. Delimitada por el río Savannah y el Océano Atlántico, la metrópolis costera es conocida por su ambiente húmedo y calor sofocante y agotador que impregna la ciudad más antigua de Georgia.

Para aquellos que llaman hogar a Savannah, incluyendo los propietarios de negocios que bordean la icónica zona del centro y los residentes cuyos hogares bordean los muchos ríos que fluyen a través de la ciudad hacia el Atlántico, se necesita más que árboles de sombra para estar cómodo. Este tipo de clima, dicen los lugareños, solo es soportable cuando el sol se mantiene a raya.

“La protección solar es una necesidad absoluta en Savannah”, dijo Ellen Barber, copropietaria de Coastal Canvas Products, una compañía de toldos comerciales y residenciales ubicada a pocos minutos del distrito de la ciudad ubicado a orillas del río. “El clima caluroso aquí es tan certero como el distintivo encanto sureño de la ciudad”.

Fundada en 1975, Coastal Canvas Products fabrica e instala productos personalizados de sombra, tales como toldos de lona, toldos de metal, velas de sombra, estructuras de tensión de tela, cubiertas para corredores, cortinas para porche y productos de tela y aluminio similares. La compañía también vende e instala productos para protección solar e, independientemente de la aplicación, confía en la creatividad de sus asociados para concretar los proyectos.

“Obtenemos nuestra inspiración del diseño de las infinitas posibilidades que nuestros

productos crean al añadir personalidad y marca a restaurantes y tiendas, y carácter y estilo a hogares residenciales”, dijo el copropietario, Andrew Barber. “Somos conscientes de que se necesita más que una larga historia de éxito. Debemos seguir el ritmo del cambiante mercado, mantener el más alto estándar de calidad y proporcionar el mejor servicio posible al cliente”.

Los Barber, un equipo de marido y mujer, compraron Coastal Canvas en el 2012 al fundador Glenn Wood, quien permanece en la compañía como un asociado de ventas sénior. Originaria de Atlanta, la pareja combinó su experiencia como contratista general con licencia, agente de bienes raíces y desarrollador (Andrew) y diseñadora de interiores (Ellen) para crear un negocio orientado a las telas y basado en el diseño que abarca 20,000 pies cuadrados.

“Los dos estábamos buscando un catalizador para un cambio de carrera y la combinación de nuestras formaciones en construcción y diseño en una sola compañía era muy atractiva desde el punto de vista de la creatividad”, dijo ella. “Al final resultó que, pasar a un negocio orientado a las telas no era tan abrumador como pensábamos al principio”.

Más de cuatro años después del “salto de fe” autodescrito por los Barber, su compañía ha crecido en un 25 por ciento cada año y emplea a 30 asociados. Las instalaciones de toldos comerciales y residenciales constituyen la mayor parte de su negocio, seguidas de toldos retráctiles, toldos de metal y, una tendencia creciente entre los clientes residenciales, velas de sombra.





“La palabra ‘sombra’ es sobre encontrar comodidad en un clima caluroso. Cuando encuentras tu lugar de sombra, encuentras tu lugar de relajación”.

**ELLEN BARBER**  
Copropietaria de Coastal Canvas Products

“Se ha vuelto cada vez más común ver velas de sombra en parques recreativos y patios de restaurantes, pero estamos comenzando a ganar terreno para su uso en espacios residenciales”, dijo Ellen Barber. “Educar a los propietarios de viviendas sobre las velas de sombra produce todo un cambio al ayudarles a visualizar la aplicación correcta para su proyecto de sombra al aire libre”.

Por ejemplo, ella hace hincapié en:

**HACERLOS SENTIRSE CÓMODOS:** desde la magnitud de la tela hasta los intrincados herrajes necesarios, las velas de sombra son hermosas exhibiciones de arquitectura. También pueden parecer proyectos abrumadores, pero no son tan difíciles como parecen. Con el software informático y la colaboración adecuados, los clientes podrán imaginar una vela de sombra en su espacio exterior en cuestión de segundos.

**ENFOCARSE EN LA VERSATILIDAD:** las velas de sombra no solo añaden un elemento visual sorprendente al espacio exterior de un propietario; también son increíblemente resistentes y flexibles a los elementos. Las velas no son simplemente bonitas; se instalan de manera muy estratégica y científica para garantizar la mayor cantidad de sombra y cobertura del viento.

**OPCIONES Y MÁS OPCIONES:** algunos propietarios de viviendas ven las estructuras de las velas de sombra y piensan que son demasiado grandes para sus patios traseros, que son solo para piscinas o que no encontrarán un color que les guste. Además de las piscinas, las velas de sombra son maravillosas opciones para coberturas de patios e incluso jardines laterales, y vienen en colores para cada gusto y estilo arquitectónico. Coastal Canvas Products sirve de punta a punta la costa de Savannah y su vecina de Carolina del Sur, Hilton Head Island y, teniendo

en cuenta los climas similares de ambas áreas, la compañía utiliza telas Sunbrella® para sus productos.

“Lo que nos encanta de Sunbrella es lo que nuestros clientes ya saben: la tela de acrílico no se desgasta y añade un toque de color a cualquier ambiente al aire libre, incluyendo coloridos patrones de rayas populares entre los clientes de hoy”, dijo Ellen Barber. “La palabra ‘sombra’ es sobre encontrar comodidad en un clima caluroso. Cuando encuentras tu lugar de sombra, encuentras tu lugar de relajación”.

“Desde que recuerdo”, añadió Andrew Barber, “Coastal Canvas Products ha mantenido una alianza con Glen Raven. Glenn Wood ha especificado más telas Glen Raven y Sunbrella que cualquier otro fabricante textil desde la fundación de nuestra compañía y lo mismo es válido hoy para Ellen y para mí”.

Los Barber también reconocen el apoyo en el desarrollo de su negocio por parte de la subsidiaria de distribución de Glen Raven, Trivantage®, como un elemento fundamental del éxito de su compañía.

“Nuestra relación con Trivantage es uno de los factores más importantes del éxito de nuestra compañía”, dijo. “Su interés en nosotros y nuestro negocio es genuino, y no dudan en ayudarnos. Nos aportan nuevas ideas y nos mantienen al tanto de los cambios en la industria y las tendencias que tienen un impacto en los gustos de los clientes.

Trivantage es más que una seguridad de garantía; fomenta relaciones profundas y proporciona apoyo que siempre va más allá”.

En Internet: [coastalcanvas.net](http://coastalcanvas.net)



Además de su atractivo estético y valor comercial, los toldos comerciales ofrecen sombra y crean una entrada protegida para los negocios, incluidos los que ofrecen zonas para sentarse al aire libre.





# M&M AWNINGS & SIGNS:

## UNA HISTORIA DE CRECIMIENTO, LONGEVIDAD Y AMOR POR LO QUE HACE

M&M Awnings & Signs tiene una historia de enorme crecimiento. Lo que comenzó como un negocio de tapicería para automóviles en un garaje pequeño con capacidad para dos automóviles en East Northport, Nueva York, ha crecido hasta convertirse en una compañía de toldos y letreros de servicio completo que ahora ocupa 22,000 pies cuadrados en el pequeño pueblo de Islandia en el centro de Long Island. Situado a 45 minutos a las afueras de Manhattan, M&M Awnings & Signs está en una posición única para aprovechar el crecimiento económico pujante que se está dando en toda la región, desde Nueva Jersey hasta Montauk.

“Nuestro mayor potencial de crecimiento en este momento está en los grandes proyectos de toldos comerciales”, dijo Mike Mere, propietario y presidente de M&M Awnings & Signs. “Hay muchas franquicias que están abriendo y que están utilizando programas de toldos, y nosotros estamos recibiendo una parte del negocio. De hecho, nuestro mayor desafío es mantener el ritmo del

rápido crecimiento del negocio”.

Mere comenzó su carrera en 1973 cuando, recién salido de la escuela preparatoria, comenzó una formación en un antiguo negocio de restauración de tapicería de automóviles dirigido por dos hombres alemanes meticulosos. Mere describía el trabajo como “muy estricto” y, después de cinco años, había aprendido lo suficiente como para aventurarse solo. Fundó un negocio de tapicería de automóviles antes de entrar en el negocio marítimo. Después de solo dos años, su negocio se había expandido del garaje con capacidad para dos automóviles a 2,000 pies cuadrados, y fue cuando una interacción con un cliente marcaría su destino y llevaría el negocio de Mere por el camino que actualmente recorre.

“Un cliente vino un día con un toldo y preguntó si podíamos copiarlo”, explicó Mere. “Tuve que investigar un poco, pero pude encontrar una compañía de soldado que hiciera el marco, mientras

yo fabricaba la cubierta del toldo. Unos amigos me ayudaron a instalar el primer toldo que hizo nuestra compañía”.

Tres años después, M&M Awnings & Signs compró el edificio y se expandió más allá de 2,000 pies cuadrados, y abarcó la primera y segunda plantas. En 1992, el edificio le había quedado pequeño al negocio y este se trasladó a una instalación de 12,000 pies cuadrados en la ciudad de Huntington, Nueva York. Después de 20 años en la ubicación de Huntington, el espacio nuevamente le quedó pequeño al negocio.

“Ni con las adiciones que le hicimos a la ubicación, podíamos mantener el ritmo”, dijo Mere. “El año pasado, con la ayuda de la Asociación de Pequeñas Empresas (Small Business Association) y la Asociación para el Desarrollo Industrial (Industrial Development Association) en Long Island, compramos otro edificio que nos permitió expandirnos a nuestra ubicación actual en un gran parque industrial. La



Los grandes proyectos de toldos comerciales para el Radio City Music Hall, el Museo de Arte Moderno y el Aeropuerto LaGuardia y el Aeropuerto Internacional John F. Kennedy se originaron dentro de un centro de fabricación de 22,000 pies cuadrados en Long Island, Nueva York.

industria de los toldos es muy sólida y está definitivamente en alza”.

Aunque Mere espera que el reciente traslado y expansión a la instalación de 22,000 pies cuadrados sean los últimos, con el crecimiento que M&M Awnings & Signs ha experimentado en los últimos años, la compañía ya se está preparando para una futura expansión en el edificio de al lado.

“Después de todo, descubrimos que el negocio es muy bueno”, dijo Mere. “Estamos añadiendo más personal y más equipo que nos ayude a seguir el ritmo de los grandes proyectos comerciales que hemos conseguido. El año pasado, hicimos proyectos en Madison Square Garden y Penn Station y nuestro negocio registró un aumento del 85 por ciento. Y, desde marzo del 2016, ya estamos al 116 por ciento para el primer trimestre”.

Mere atribuye gran parte del éxito de su compañía a la longevidad y la dedicación de las personas que trabajan en M&M Awnings & Signs. Los 22 empleados de la compañía tienen 145 años de experiencia combinada y, de acuerdo con Mere, “comparten una actitud competitiva hacia la perfección”.

“Todos nos enorgullecemos enormemente del trabajo que hacemos”, añadió Mere. “No contrato a más gente si no creo que está calificada para el trabajo; haría más daño que bien. Tardamos unos cinco años en capacitar a alguien y solo agregamos empleados por recomendaciones

personales, lo cual ayuda a mantener a los nuevos empleados concentrados.

“Cuando analizas de cerca cualquier negocio, uno de los mayores factores de su éxito son los empleados”, continuó Mere. “Al final del día, son las personas que trabajan en M&M Awnings las que la han convertido en un éxito”.

El treinta por ciento del negocio de M&M Awnings & Signs es residencial y, durante los últimos años, la compañía ha visto crecer en popularidad los sistemas de vela de sombra y las cubiertas de pérgola. La compañía ha trabajado con Glen Raven desde el principio, y compra todas sus telas Sunbrella® y el 80 por ciento de los herrajes a Trivantage®, la subsidiaria de distribución de Glen Raven.

“Todos los años, desmontamos 600 toldos Sunbrella y los guardamos para el otoño e invierno”, dijo Mere. “Una de nuestras innovaciones más grandes en los últimos años es la modificación de nuestras lavadoras más grandes para manejar las propiedades únicas de las telas Sunbrella”.

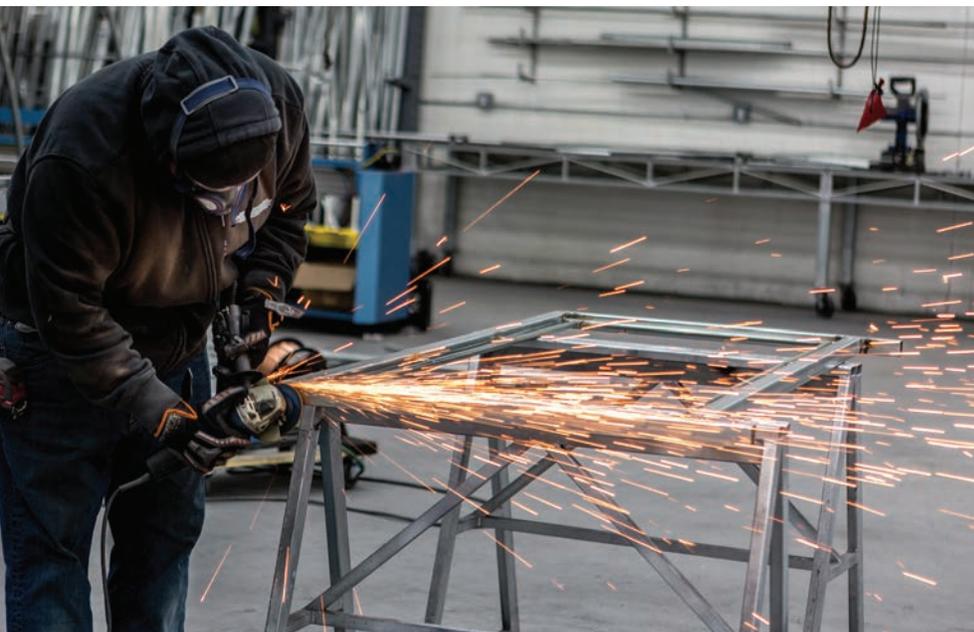
Con los años, M&M Awnings & Signs ha trabajado en proyectos que van desde hogares contemporáneos en los Hamptons y restaurantes italianos locales hasta grandes proyectos comerciales, incluyendo una serie de tiendas Gap, Radio City Music Hall, Carnegie Hall, el Museo de Arte Moderno (MoMA), el Aeropuerto LaGuardia y el Aeropuerto Internacional John F. Kennedy.

**“Cuando analizas de cerca cualquier negocio, uno de los mayores factores de su éxito son los empleados”.**

**MIKE MERE**

**Propietario y presidente de M&M Awnings & Signs**





“Si estás en un negocio que nunca cambia, te aburres”, dijo Mere. “Nuestra industria siempre está cambiando y la mantenemos emocionante para que todos quieran venir a trabajar. Solo soy un hombre y estoy orgulloso de lo que he logrado, pero hay gente que está aquí hace 25 años y son igual de responsables de nuestro éxito. Dice mucho cuando tienes personas en edad de jubilación que no quieren irse”.

Y el negocio realmente nunca es igual. Cada proyecto utiliza diferentes formas y colores, y no hay dos edificios ni diseños de toldos exactamente iguales. M&M Awnings & Signs está creando constantemente algo nuevo y, para Mike Mere, eso es lo que hace que su trabajo siga siendo emocionante.

“Cuando andas por la calle y ves tu trabajo, sientes un gran orgullo”, dijo Mere. “Vivo prácticamente para esto”.

En Internet: [mmawning.com](http://mmawning.com)

# DESDE PASTELES DE MANZANA HASTA CAPOTAS DE SOL, LA PROPIETARIA DE BOAT COVERS UNLIMITED HACE TODO A MANO

“Después de que cosí mi primera cubierta para botes cuando era adolescente, le dije a mi abuela: ‘Esto es lo que quiero hacer’. Todavía coso y enseño a la nueva generación de entusiastas de la costura, y no podría ser más feliz”.

**CAROLYN MILLER**

Propietaria de Boat Covers Unlimited, Inc.



“Háblame de tu abuela”.

Fue una simple pregunta hecha, en parte, para ayudar a contar la rica historia detrás de una empresa familiar que ha sido una constante en Lake Norman, al norte de Charlotte, Carolina del Norte, durante casi 30 años. Fue una poderosa pregunta también, con la intención de desencadenar recuerdos de la historia detrás de la inspiración que llevó a un exitoso y próspero negocio.

Con una amplia sonrisa que transmitía la calidez de los recuerdos, Carolyn Miller, propietaria de Boat Covers Unlimited, Inc., respondió en voz baja: “¿Cuánto tiempo tienes?” Si los ojos son de verdad una ventana al alma, Miller estaba lista para recordar una época cuando la futura artesana comenzó a absorber y perfeccionar un oficio –el de la costura– junto a una mujer cuya carta de presentación era una aguja e hilo.

“Mi abuela fue una de las mayores influencias en mi vida”, expresó Miller. “Era una costurera increíble que podía hacer cualquier cosa con la tela. Sigo la pasión por la costura de ella, y



todo éxito del negocio que disfruto hoy es en gran parte gracias a su orientación e influencia”.

Cuando Miller estaba en la escuela primaria, se pasaba las tardes y muchos fines de semana al lado de su abuela aprendiendo a coser. La abuela de Miller a menudo le hacía vestidos y, un día, la pequeña de seis años de edad dijo que también quería hacer un vestido.

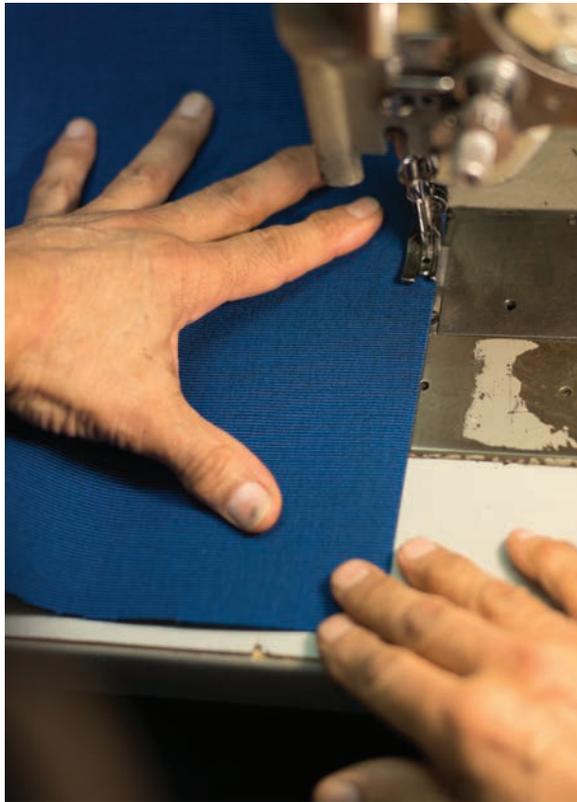
“Recuerdo que cuando era niña la veía coser casi sin esfuerzo”, dijo Miller. “Me enseñó a seguir un patrón y a hacer vestidos, y pronto me enseñó el arte del ganchillo, el tejido y el bordado, sin mencionar que me enseñó a hornear pasteles de manzana. Pronto aprendí a crear casi cualquier cosa a mano”.

Después de una década como costurera en ciernes, el primer trabajo de Miller, como preparación para la costura, llegó a los 16 años trabajando en una tienda de lonas en Dukes Marina (ahora cerrada). Cosió su primera cubierta para botes en Dukes, y fue entonces cuando supo que había encontrado su vocación.

Miller pronto estaba cosiendo para Boat Covers Unlimited, la cual ha adornado las costas de Lake Norman, el cuerpo de agua dulce artificial más grande de Carolina del Norte, desde mediados de la década de 1980.

Miller y un socio comercial con el tiempo adquirieron Boat Covers Unlimited a finales de la década de 1990 y, en 2004, ella compró la parte de su colega y se hizo cargo de la plena propiedad de la compañía de Mooresville. Hoy, Boat Covers Unlimited produce cubiertas para embarcaciones a medida, cubiertas de amarre, cerramientos para carritos de golf, cerramientos para botes y casas, y capotas de sol, y todo trabajo a medida se origina en las puntas de los dedos de Miller.

“Mi abuela me enseñó mucho sobre la creatividad”, recordó. “Siempre me animaba a tomar los materiales y convertirlos en mis propias creaciones. Ella era la chispa que necesitaba mi imaginación y hoy puedo visualizar cómo crear casi cualquier cosa que quiere un cliente, junto con la tela para que la creación cobre vida”.



*Boat Covers Unlimited, una empresa familiar, produce cubiertas para bote a medida, cubiertas de amarre y capotas de sol –y todo trabajo a medida se hace a mano.*



Por ejemplo, los clientes a menudo le piden que les ayude a equipar las capotas de sol adecuadas para sus botes, para viajar en crucero en Lake Norman o Lake Hickory, 45 millas al noroeste. Esa, dice ella, es una respuesta sencilla: Sunbrella® Supreme. Una tela marina exterior resistente al agua, incluye lona Sunbrella en la cara exterior y una felpa especial Sunbrella en el reverso. ¿El resultado? Una lona Sunbrella resistente al agua con una suave capa debajo.

El reconocimiento de la marca de Sunbrella, la cual Boat Covers Unlimited utiliza de manera exclusiva, desempeña una función crítica en el éxito de la compañía, como también el apoyo que recibe de Trivantage®, la subsidiaria de distribución de Glen Raven. Trivantage proporciona las telas que la compañía necesita, así como mantiene a los Miller al tanto de la evolución de los gustos del cliente.

“El más riguroso de los ambientes marinos –sol, agua, y viento– no es rival para las telas marinas Sunbrella”, dijo Richard Miller, esposo y socio comercial de Carolyn. “Las telas respiran, lo cual libera el calor y la humedad, y protegen a los navegantes de los elementos, lo cual puede extender la temporada de navegación”.

Asimismo, destacó la disponibilidad de la tela en una gama de colores y patrones como una ventaja para los clientes interesados en estilos más frescos, incluyendo el patrón Silica y lona en azul marino, el cual es uno de los colores más populares de 2016.

“Confiamos en Trivantage para ayudarnos a explorar la evolución de los gustos del cliente en términos de colores, estilos y patrones”, dijo Richard Miller. “Ellos nos aconsejan regularmente y siempre están sugiriendo nuevas herramientas y enfoques para desarrollar nuestro negocio”.

A pesar de que su abuela falleció hace alrededor de doce años a los 94 años de edad, Carolyn Miller continúa inspirándose en sus enseñanzas. Boat Covers Unlimited emplea a ocho asociados y todos los miembros del equipo cosen –algunos después de aprender el oficio de Miller.

“El arte de coser es parte de mi ADN”, dice. “Después de que cosí mi primera cubierta para botes cuando era adolescente, le dije a mi abuela: ‘Esto es lo que quiero hacer’. Todavía coso y enseño a la nueva generación de entusiastas de la costura, y no podría ser más feliz”.





Lawrence Fabric and Metal Structures ha evolucionado desde su fundación en 1941 como fabricante de cubiertas para camiones.



# DURANTE 75 AÑOS Y HASTA LA FECHA, LAWRENCE FABRIC AND METAL STRUCTURES CONVIERTE LAS IDEAS EN REALIDADES

Cuando un cliente recientemente pidió a Lawrence Fabric and Metal Structures que construyera una guitarra de 15 pies para exhibición, la compañía, la cual opera en la región de St. Louis hace 75 años, no huyó del desafío.

“Estamos dispuestos a hacer casi cualquier cosa”, expresó Dave Bess, vicepresidente. “Nunca utilizamos la palabra ‘solo’ –solo hacemos toldos, o solo hacemos fabricaciones industriales. Estamos siempre dispuestos a asumir nuevos desafíos; nosotros somos los que ayudamos a los clientes a convertir sus ideas innovadoras en realidad”.

Fundada como Lawrence Canvas Products por Arthur y Dorothy Lawrence en 1941 y vendida a Bob Helmsing en 1977, la compañía originalmente fabricaba cubiertas para camiones y tapicería para asientos de camiones, así como bolsos de mano y una gama de productos hechos de lona.

“En esos tiempos, la lona se utilizaba como un término genérico para cualquier tela”, explicó Jerry Grimaud, el anterior presidente de la compañía. “Aparecíamos en el directorio telefónico bajo ‘lona’, y muchas personas nos llamaban y preguntaban si podíamos hacer toldos de lona. Así fue como entramos en el negocio de los toldos a principios de la década de 1980”.

En ese momento, solo había dos tipos de lona que se utilizaban comúnmente para los toldos, Pee Gee y Calabana. Desarrollada en 1961, la tela Sunbrella® seguía siendo la novedad cuando Grimaud comenzó a trabajar con la compañía.



## JERRY GRIMAUD: CONFIAMOS EL FUTURO DE LA COMPAÑÍA A LOS EMPLEADOS

Jerry Grimaud, ex presidente y único propietario de Lawrence Fabric and Metal Structures, comenzó su carrera en la compañía en 1979. Su trabajo no era glamoroso: barría los pisos, cortaba telas, colocaba arandelas con un mazo en un bloque de madera e instalaba lonas para camiones en carretera. Puesto que había tomado una clase de dibujo técnico en la escuela preparatoria, pronto se convirtió en el dibujante de la compañía y diseñó toldos durante más de 15 años.

Se convirtió en vendedor y posteriormente fue aceptado como socio de la compañía. En el 2005, se convirtió en el único propietario cuando le compró la compañía a Bob Helmsing. En el 2015, Grimaud anunció que renunciaría a su cargo, y que vendería la compañía a sus empleados como un Plan de Propiedad Participada (PPP).

“Me di cuenta de que necesitaba un plan de salida y vender a una firma de capital privado o a otra compañía o persona podría haber dado lugar a enormes cambios administrativos”, explicó Grimaud. “Dirigido por el presidente Mike Bowman y el vicepresidente Dave Bess, nuestro equipo de administración continuará la cultura de independencia que hemos creado y el PPP la mantendrá intacta. También nos permitirá recompensar a nuestros empleados de mucho tiempo al prepararlos para la jubilación”.

“Descubrimos rápidamente que Sunbrella® era la mejor tela para utilizar en toldos, gracias a sus propiedades de resistencia al desgaste y el moho”, explicó Grimaud. “En ese momento, Sunbrella solo se fabricaba con un ancho de 31 pulgadas, y todas nuestras fórmulas para marcos de toldos se basaban en el ancho de la tela Sunbrella”.

Lawrence Fabric and Metal Structures siempre ha tenido una sólida asociación con Glen Raven –utilizan principalmente las telas Sunbrella, el sistema de gráficos Sunbrella y Firesist®– pero no fue hasta mediados de la década del 2000 que la asociación se solidificó de verdad ante los ojos de Grimaud. Se retiró una nueva versión de una tela de Glen Raven que Grimaud había instalado en los toldos de muchos clientes. “Fue cuando conocí el verdadero sistema de valor de Glen Raven”, dijo Grimaud. “Respaldaron cada toldo que colgamos utilizando la tela y se ocuparon de nosotros en cada problema de garantía que tuvimos. No huyeron de los problemas y respetamos a compañías como esa. Básicamente me ganaron como un cliente de por vida”.

Durante un período de ocho años a partir de la década de 1980, la compañía creció a pasos agigantados. Primero, se expandió de 8,000 a 20,000 pies cuadrados con el fin de satisfacer las demandas de su creciente negocio de toldos residenciales, y más tarde añadió 26,000 pies cuadrados para albergar su nuevo departamento de soldadura. Se compraron dos edificios adicionales, uno de 8,000 pies cuadrados y otro de 10,000 pies cuadrados, mientras la compañía se expandía al trabajo por contrato, alquiler de carpas y toldos y doseles comerciales.

“Empezamos nuestro departamento de soldadura con un soldador de palo, utilizando acero estirado en frío para fabricar nuestros marcos para toldos”, explicó Grimaud. “Como decía Henry Ford, nuestros clientes tenían la opción de elegir el color del marco: negro o negro. A medida que nos adentrábamos en la década de 1990, descubrimos que el aluminio era un metal más fácil con el cual trabajar y así cambiamos nuestro proceso”.

Una de las características que definen a Lawrence Fabric and Metal Structures es su capacidad para hacer frente a cualquier tormenta y salir adelante. Para el 2004, la compañía había eliminado su programa de toldos residenciales en favor del trabajo comercial. Sin embargo, durante la recesión, el trabajo comercial se desaceleró y el trabajo residencial se volvió a levantar. No fue sino hasta agosto del 2015 que la compañía decidió eliminar su negocio de toldos residenciales por segunda vez. Aunque el trabajo está en constante cambio, Grimaud y Bess atribuyen gran parte del éxito de la compañía a los empleados y su disposición a aceptar el cambio.



Para este proyecto, el cliente quería imitar el entramado de la Torre Eiffel para una presentación en escenario en un evento de caridad de una noche. El vendedor, Jim Knoche, sugirió utilizar Sunbrella cortada sobre una tabla de corte CNC automatizada. La tela se estiraba y adhería a una estructura fija. Había un dobladillo abierto en la parte inferior para que un tubo diera peso a la tela; la parte superior se adhería a la estructura existente a través de las arandelas.

“Siempre que hay nuevos productos y procesos disponibles, realmente los promovemos”, expresó Bess. “Creo que esa ha sido la parte más grande de la innovación de nuestra compañía. Jerry y Bob [Helmsing] siempre han dicho: ‘si hay una manera más eficiente de hacer algo, hagámoslo así’. También hemos establecido una cultura y construido un equipo que realmente acepta el cambio. Creo que la mayor fortaleza que tenemos es el talento de nuestros empleados y la ambición que tienen para hacer algo nuevo y emocionante. Eso ha ayudado a nuestro crecimiento más que cualquier otra cosa”.

En 1996, la empresa se trasladó a su ubicación actual en un edificio de 68,200 pies cuadrados y cambió su nombre por el de Lawrence Fabric Structures para reflejar mejor la gama de productos que la compañía ofrecía. En el 2010, la compañía cambió su nombre de nuevo a Lawrence Fabric and Metal Structures para reflejar su creciente experiencia en estructuras de sombra de metal.

“Los toldos de metal son una gran tendencia en este momento”, dijo Grimaud. “Pero los toldos de tela han sobrevivido los altibajos en esta industria y siempre estarán cerca. De hecho, tenemos un restaurante que cambia la tela de su toldo cada dos años solo para darle un aspecto nuevo y fresco”.

Como compañía, siempre estamos tratando de encontrar la manera de darles a nuestros clientes exactamente lo que piden”, continuó Grimaud. “Todo vuelve a nuestra estrategia comercial básica, que es proporcionar una buena solución a nuestros clientes con excelentes productos y un precio justo. Si nos guiamos por eso, tendremos éxito, incluso en un mercado en constante cambio”.

Aunque el mercado está cambiando constantemente, Lawrence Fabric and Metal Structures está dispuesta a cambiar con él, y muestra una actitud positiva cuando se trata del futuro. Con el lema “Su imaginación es nuestra visión”, y 75 años de éxito de respaldo, el futuro se ve prometedor.

“Nos estamos volviendo más regionales para apoyar nuestro crecimiento futuro”, dijo Bess. “Hay tantas oportunidades en los mercados fuera de St. Louis, donde podemos ayudar a las empresas más pequeñas mediante la construcción de las estructuras que no tienen la capacidad de hacer por su cuenta, o la asociación con ellas para aceptar grandes proyectos. De esa manera, pueden aprender de nosotros y también seguir creciendo. Hay un dicho, ‘si a todos les va bien, también a uno le va bien’ –al final, nos convertimos en una mejor compañía y ellos se convierten en una mejor compañía”.

En Internet: [lawrencefabric.com](http://lawrencefabric.com)



# DESDE MANTELES HASTA EQUIPO MILITAR TÁCTICO,

## EL PRESIDENTE DE MARTEX TRANSFORMA LA INDUSTRIA TEXTIL MEXICANA



Fundada en 1926 y con sede en México, Martex es un fabricante de propiedad familiar líder en la industria de telas especializadas para aplicaciones militares, ropa deportiva y aplicaciones automotrices. El bisnieto del fundador de la compañía y actual director ejecutivo, Santiago Martí, explica cómo empezó la empresa y cómo se incorporó a ella.

“Cuando inició la Revolución Mexicana, mi bisabuelo, quien era dueño de un terreno importante, huyó del país y se fue a Cuba. Mi abuelo estudiaba en Notre Dame University en ese momento, pero mi bisabuelo necesitaba que mi abuelo regresara a México y encontrara un trabajo para ayudar a mantener a la familia. Mi bisabuelo tenía un amigo que era propietario de una compañía textil y mi abuelo le pidió trabajo. Le otorgaron el puesto de operador de telar, donde comenzó a aprender sobre las telas.

“Mi abuelo se metió en el negocio textil por sí mismo cuando compró dos telares viejos del propietario de la compañía y comenzó a producir seda. Mi padre era el noveno de 13 hijos y, entre sus hermanos, era el más interesado en los textiles. Comenzó a trabajar junto a mi abuelo cuando solo tenía 19 o 20 años y ayudó a transformar la compañía en un negocio próspero.

Al igual que mi abuelo, mi padre también tenía la idea de que sus hijos debían trabajar desde temprana edad. Cuando yo tenía 13 años, mi padre compró 100 telares Picanol y me mandó a Ypres, Bélgica, para aprender a instalarlos y operarlos. Al año siguiente, compramos máquinas de teñido en chorro de Italia y yo viajé allí para aprender a operarlas. Cuando tenía 15 años, fui a España, donde recibí capacitación sobre cómo controlar los telares y la maquinaria.

A los 17 años, me fui del negocio de mi padre y lancé mi propio negocio de lavandería industrial. Sin embargo, tres años después, mi padre me pidió que volviera a la compañía para ayudarlo a manejarla. Así que vendí mi compañía de lavandería, y volví a incorporarme a la empresa familiar como su director. Como había aprendido sobre los textiles desde muy pequeño, se convirtió en una de mis pasiones. Pero también implicaba mucho trabajo”.

Cuando Santiago Martí se hizo cargo de la compañía de su padre en el 2008, la compañía se especializaba en la fabricación de manteles y cortinas. Pero, el ahora ingeniero profesional había pasado dos años de formación que le cambiaron la vida en una escuela militar en los Estados Unidos. Con una pasión por los textiles innovadores para aplicaciones militares y ropa deportiva, Santiago transformó una vez más la compañía que su abuelo había fundado.

Martex actualmente opera con tres fábricas, todas situadas en México, y se especializa en la fabricación de textiles innovadores con la tecnología más avanzada, integrados para aplicaciones militares tanto tácticas como balísticas, así como ropa deportiva y telas de vanguardia que incorporan tecnología antibacteriana, protección UV y antimosquitos.

“Las principales tendencias dentro de nuestra industria son estos productos especializados, fabricados principalmente con nailon o poliéster (algunos de los cuales los compran a Glen Raven), tales como los uniformes de fútbol que fabricamos para las ligas profesionales de México, Europa y América del Sur, o los chalecos antibalas y chaquetas para el ejército mexicano”, dijo Santiago. “El objetivo de nuestra compañía es ser competitiva e innovadora, por lo que siempre estamos invirtiendo en investigación y desarrollo”.

De hecho, Martex invierte aproximadamente 1.5 a 2 millones de dólares al año en I+D a través de sus distintas unidades de negocio.

“Asistimos constantemente a todos los grandes eventos y nos reunimos con las compañías para averiguar qué están desarrollando, y nos esforzamos para asociarnos con compañías que comparten nuestros valores”, expresó Santiago. “Mi padre solía hacer negocios con el Sr. Allen Gant (director ejecutivo de Glen Raven) y ahora yo trabajo en estrecha colaboración con el equipo de administración de



Glen Raven. Hemos podido construir una relación sólida durante 25 años porque compartimos valores y una visión sostenible e innovadora para la industria, lo cual, aparte de que nos inspira, también nos ha hecho socios sólidos.

**“El objetivo de nuestra compañía es ser competitiva e innovadora, por lo que siempre estamos invirtiendo en investigación y desarrollo”.**

**SANTIAGO MARTÍ**  
Director ejecutivo de Martex

Glen Raven nunca nos ha tratado como una compañía para hacer un solo trato”, añade Santiago, “sino que nos trata como un socio, y ha invertido en nuestra relación al ofrecernos los precios más competitivos con la mejor atención posible para nosotros como clientes”.

Aparte de proporcionar a la industria del vestido tela diseñada conforme a las estrictas normas de seguridad y teniendo en cuenta las necesidades tecnológicas del producto terminado, Martex también ha tenido éxito en el establecimiento de una empresa socialmente responsable. En su instalación de cortar y coser, Martex emplea a más de 2,800 personas de 27 comunidades, a las que la compañía brinda transporte gratuito desde y hasta sus comunidades, un comedor con comidas de cortesía y un médico interno.

“Esto alivia mucho estrés para nuestros trabajadores, porque los horarios de los autobuses no son los más convenientes aquí”, explicó Santiago. “También nos permite empezar a trabajar a tiempo y proporciona un ambiente laboral más estable para nuestros empleados, lo cual nos ayuda a seguir siendo competitivos en el mercado global”.

En Internet: [www.martex.com.mx](http://www.martex.com.mx)





# GLEN RAVEN ASIA

ACELERA EL CRECIMIENTO DE LAS  
TELAS SUNBRELLA® EN ASIA





HUA LI



Glen Raven Asia (GRA) representa el compromiso de Glen Raven, Inc. de brindar telas de alto rendimiento de calidad para China y toda Asia. La misión principal del centro de fabricación, comercialización, abastecimiento y desarrollo de productos en Suzhou, China, es la fabricación de telas Sunbrella® para fabricantes de muebles con plantas en China. La instalación también es un punto focal para el abastecimiento de Glen Raven en toda la región.

Uno de los objetivos más importantes para GRA es acelerar el crecimiento de los mercados asiáticos internos a través de la fácil disponibilidad de las telas Sunbrella. Las telas Sunbrella producidas en GRA se utilizan para muebles informales o al aire libre, toldos, techos convertibles y medios gráficos. Muchos de los clientes de GRA son compañías con sede en América del Norte con operaciones de fabricación en China, mientras que otras son compañías asiáticas nacionales que sirven a la Cuenca del Pacífico, Europa y América del Norte.

Hua Li es gerente general de Glen Raven Asia. Se incorporó a Glen Raven en el 2005 y fue miembro del equipo que diseñó, construyó y puso en marcha la planta de fabricación de 190,000 pies cuadrados. En una entrevista reciente, Li habló de los objetivos globales de GRA y de cómo las oportunidades de crecimiento en China y en toda Asia siguen siendo positivas en una economía global que no conoce fronteras.

### ¿CUÁL ES EL OBJETIVO GLOBAL DE GLEN RAVEN ASIA?

Hemos identificado tres objetivos principales para GRA: proporcionar comodidad logística para nuestros principales clientes al por menor a nivel local, hacer crecer el mercado interno de China y los mercados internos de los países adyacentes en Asia, y proporcionar las capacidades y

oportunidades de abastecimiento a la familia global de Glen Raven.

### ¿CUÁLES SON LAS PRIORIDADES DE SU NEGOCIO?

Hay un creciente mercado asiático interno de productos de sombra, por lo que es fundamental que sigamos desarrollando la marca Sunbrella aquí. Como consecuencia, nuestras prioridades comerciales hacen hincapié en el desarrollo de la infraestructura necesaria para hacer crecer los mercados internos de productos de sombra y el enfoque en las oportunidades en productos residenciales –especialmente residenciales de alta gama– comerciales y hospitalidad. También estamos enfocados en desarrollar las marcas Sunbrella y Dickson de telas de alto rendimiento.



### ¿CUÁLES SON LAS PRINCIPALES TENDENCIAS EN TEXTILES INTERIORES Y EXTERIORES EN ASIA HOY?

China continúa siendo una nación emergente de consumidores. La demanda de bienes de consumo, especialmente de bienes de lujo, como los textiles de interiores y exteriores, sigue creciendo año tras año debido al fuerte crecimiento económico y al aumento en la cantidad de personas y familias de alto poder

adquisitivo. Los consumidores chinos representaron el 46 por ciento del consumo mundial de artículos de lujo en el 2015, y este consumo se valora en 116.8 mil millones USD. La tendencia de los consumidores chinos seguirá estando impulsada por la marca, y la clave para el crecimiento de Glen Raven en los mercados asiáticos a largo plazo es mediante el desarrollo de la imagen de nuestra marca.

### ¿CUÁLES CONSIDERA QUE SON LAS MAYORES FORTALEZAS DE LA COMPAÑÍA?

Nuestra mayor fortaleza como compañía es nuestra habilidad de utilizar el poder de la innovación para crecer con inteligencia y mantenernos por delante de la competencia. Nuestra presencia global también es una fortaleza significativa, ya que nuestra proximidad a los clientes de Asia garantiza que el mismo producto, color, o calidad puedan producirse localmente y entregarse de manera oportuna. Ningún otro competidor nuestro es capaz de lograr esto.

### DESCRIBA LA IMPORTANCIA ESTRATÉGICA DE LA INSTALACIÓN DE SUZHOU EN CUANTO A LLEGAR A LOS MERCADOS ASIÁTICOS.

No puede dejarse de recalcar la importancia estratégica del centro de negocios de Glen Raven Asia en el Parque Industrial de Singapur-Suzhou. GRA está ubicada estratégicamente dentro de la nación de consumidores más grande del mundo. Nuestra presencia a nivel local da lugar a la disponibilidad de productos fáciles de comercializar, así como capacidades de producción, almacén y comerciales con ahorros de costos en mente para los mercados asiáticos. Nuestra instalación en Suzhou también permite a GRA facilitar la llegada de los productos y servicios de nuestras subsidiarias a los mercados chino y asiáticos.



### ¿QUÉ PODEMOS ESPERAR DE GLEN RAVEN ASIA EN EL CORTO Y LARGO PLAZO?

En el corto plazo, estamos enfocados en el desarrollo de la infraestructura necesaria para cerrar la brecha entre los consumidores de alto nivel adquisitivo y los productos de calidad, como Sunbrella. También estamos enfocados en educar a los diseñadores, arquitectos, especificadores, fabricantes de productos al aire libre, minoristas y consumidores sobre el estilo de vida y la cultura al aire libre emergente en China.

A largo plazo, la marca es la clave para nuestro éxito. China sigue siendo la historia de crecimiento más importante del mundo, y representa oportunidades para un mayor comercio global. Con una población cada vez mayor en la clase media y un número creciente de personas con un alto poder adquisitivo, se espera que aumente la demanda de productos de marcas líderes de Occidente. Debemos continuar desarrollando el reconocimiento de nuestra marca en China y los mercados asiáticos.

## LAS PERSPECTIVAS DE CRECIMIENTO SIGUEN SIENDO POSITIVAS PARA CHINA

Las perspectivas de crecimiento en China siguen siendo positivas, ya que una clase media de 300 millones de personas estimula la expansión del gasto interno en la nación emergente de consumidores. De acuerdo con Hua Li, gerente general de Glen Raven Asia, hasta el 2018, se proyecta que la economía china en general crecerá un 7 por ciento anual, con una tasa promedio de más de un 8 por ciento de consumo interno.

“La clase media en China se está convirtiendo en una clase de consumidores con una creciente demanda de productos y servicios de calidad”, dijo Li. “Ha habido un aumento repentino en las compras por Internet, junto con predicciones de crecimiento rápido para las finanzas, el turismo, la tecnología de la información y las industrias verdes, incluyendo el sombreado”.

Por ejemplo, China tiene la infraestructura de más rápido crecimiento del mundo, con 90 millones de nuevas viviendas construidas en los últimos 15 años, las cuales son suficientes para alojar a la población total de Alemania, Francia y el Reino Unido juntos.

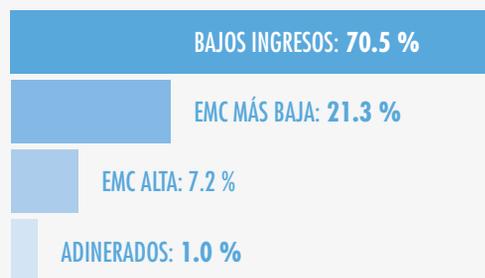
Además de fomentar el consumo, la política del gobierno en China se enfoca en la promoción de emisiones ecológicas y de bajo carbono, ahorro de energía y protección solar. La mayor urbanización es un motor clave para el crecimiento. La población urbana de China aumentó del 40 por ciento en el 2005 al 51 por ciento en el 2011, y se espera que más de 200 millones de agricultores chinos se conviertan en residentes urbanos en el 2020.

“Se proyecta que los mercados asiáticos estén entre los de más rápido crecimiento del mundo para los próximos años, y seremos participantes activos en dicho desarrollo”, dijo Li. “Nuestro trabajo en China beneficiará en última instancia a los clientes de Glen Raven, a medida que desarrollamos nuevos mercados y oportunidades de negocio que podrán apoyar a nuestros socios comerciales”.

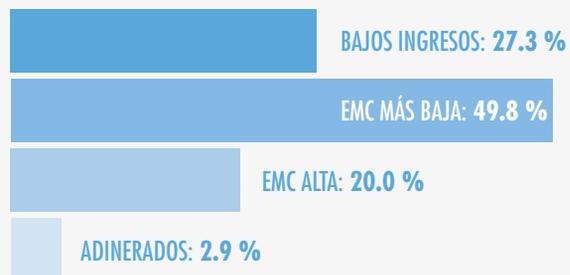
### CLASE MEDIA EMERGENTE (EMERGING MIDDLE CLASS, EMC) DE CHINA\*

Se proyecta que el grupo de ingresos aumente de 125 millones en el 2012 a 356 millones para el 2020

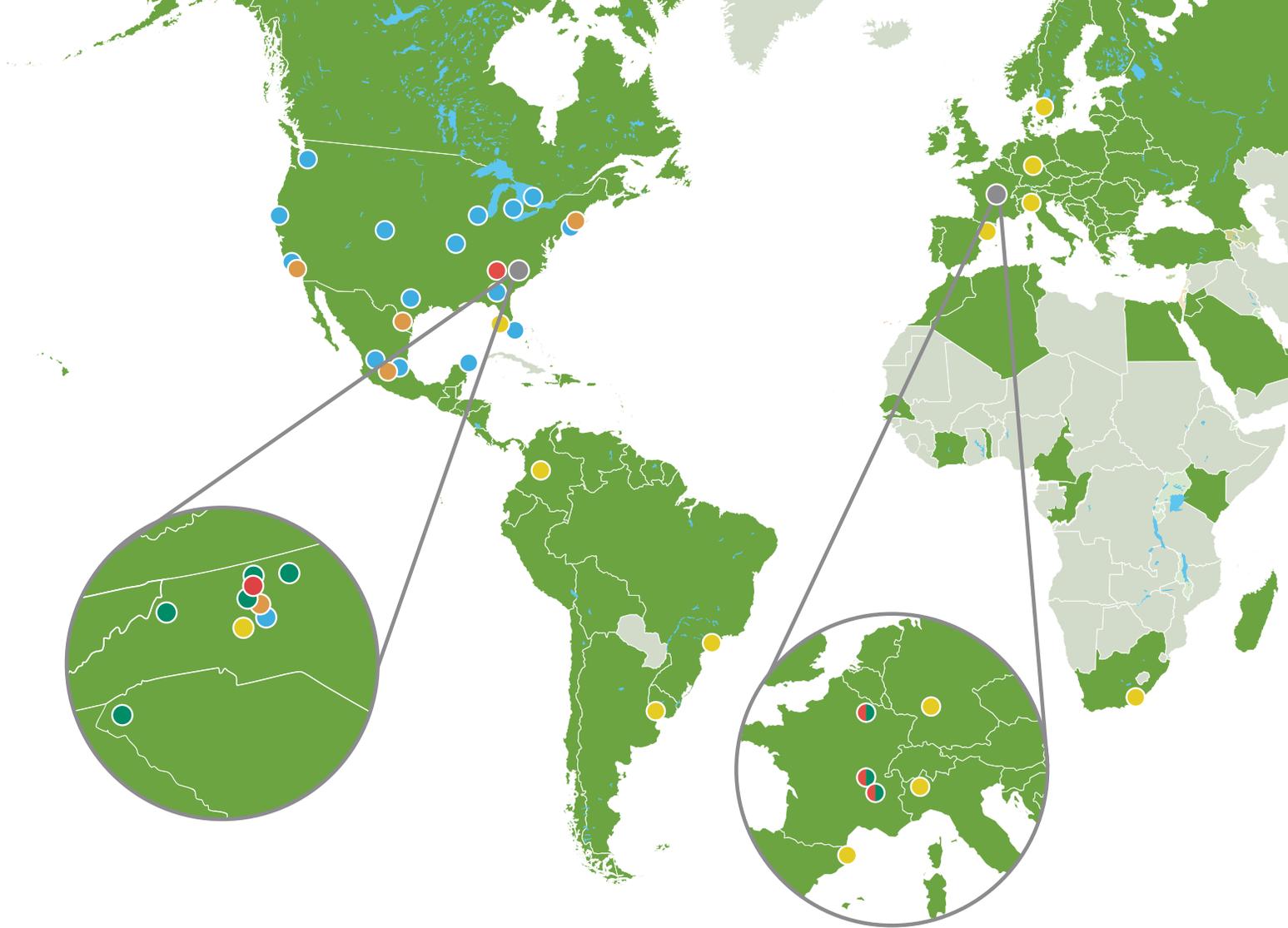
2012



2020



\* Fuente: ZenithOptimedia



# 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  
Middleburg Heights, 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, Suecia  
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, GA  
800.680.7750

**STRATA GEOSYSTEMS (INDIA)**

- Oficina corporativa  
Mumbai  
91.22.406.35100
- Planta Daman  
Bhimpore, Daman  
91.260.222.1060

- Oficina de ventas de 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

**GLEN RAVEN ASIA**

- Oficina corporativa  
Provincia Jiangsu, 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  
57.310.461.0776
- 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 Centroamérica  
Fort Myers, FL  
239.466.2660

- 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