





Leib Oehmig

Director ejecutivo

Nos quedaríamos cortos si dijéramos que el 2020 ha sido un año desafiante. No habían transcurrido cuatro semanas del nuevo año cuando Glen Raven Asia, con sede en Suzhou, China, se encontró repentinamente en la primera línea de la pandemia emergente y las rápidas respuestas de Glen Raven en nuestras ubicaciones globales desde entonces se debieron en gran medida a los primeros aprendizajes de nuestras instalaciones satélite en China. Estos últimos meses no se asemejan en nada a lo que hayamos vivido en Glen Raven en toda nuestra vida, y sé que lo mismo les ocurre a nuestros clientes y socios de la industria.

Sigo impresionado por la determinación y la resiliencia de nuestros clientes que hacen frente al panorama económico y comercial actual, y en esta edición de Raven hablamos sobre los socios de Glen Raven que justamente lo están haciendo. Estos perfiles también demuestran la importante necesidad de ideas nuevas y soluciones innovadoras a fin de informar los procesos de planificación comercial diseñados para guiar a las empresas por terrenos desconocidos.

Para tal fin, tal vez no haya un lema más adecuado que: "Revolucionar este espacio". Como señaló la cofundadora y directora ejecutiva de Ariat International, Inc., un fabricante de calzado e indumentaria ecuestre de alto rendimiento, esta consigna marcó el rumbo del ingreso de la empresa al ámbito de los productos ignífugos. Ariat confía en nuestras telas GlenGuard® para fabricar su ropa de trabajo ignífuga con protección contra arco eléctrico y es uno de los socios más sólidos de Glen Raven Technical Fabrics. Siga leyendo para conocer la historia verdaderamente inspiradora detrás del nombre de Ariat.

Cushion Pros, un proveedor en línea de almohadas y cojines personalizados, ha creado un sitio web exclusivo que permite a los clientes crear sus propios diseños. Mientras que el comercio electrónico sigue garantizando un crecimiento constante para las tiendas electrónicas, las empresas astutas como Cushion Pros están posicionadas para ofrecer exactamente lo que sus clientes buscan. Esta empresa de cuarta generación perteneciente a American Mills, Inc., una de las últimas compañías textiles que quedan en el sur de Atlanta, confía en las telas Sunbrella® para ayudar a los compradores a revivir sus muebles y son sus mismos clientes actuales los que solicitan exclusivamente la marca Sunbrella.

Los toldos para ventanas brindan solución para una serie singular de problemas del hogar, pero también tienen sus propios inconvenientes. Sol-Lux, fundada en 2017 como testimonio de la necesidad de innovación en el mercado de toldos residenciales, está decidida a crear un mejor toldo, algo que está logrando con ayuda de Sunbrella y más de 70 opciones de colores de tela. Como podrá apreciar, Sol-Lux está cambiando rápidamente el nivel de vida en los hogares actuales.

Por último, Glen Raven Custom Fabrics, Glen Raven Technical Fabrics y Trivantage® trabajan activamente con nuestros socios de varias industrias y han alineado nuestros recursos para centrarnos en la producción de equipo de protección personal en los lugares donde estamos mejor posicionados para ofrecer soluciones. Cuando la pandemia llegó a los EE. UU., la industria textil emergió rápidamente como parte esencial de la solución para proteger a los trabajadores de primera línea frente a la COVID-19. Hacia el final de esta edición, presentamos un resumen de muchas colaboraciones que demuestran la rápida capacidad de respuesta y resolución de problemas en Glen Raven, Inc., y no se pierda cómo un cliente se reinventó prácticamente de la noche a la mañana y comenzó a fabricar un nuevo producto que solucionó una necesidad inmediata en días.

40



Cushion Pros reconoce la importancia de los productos a medida, y Sunbrella desempeña un papel fundamental en el objetivo de la empresa de ofrecer telas nuevas y un diseño creativo. | Página 02

RAVEN VERANO DE 2020 | Núm. 32

02 CUSHION PROS: TELAS NUEVAS + DISEÑOS CREATIVOS = PATRONES PERSONALIZADOS INSPIRADORES

06 SOL-LUX LLEVA LA INNOVACIÓN EN DISEÑO Y TECNOLOGÍA A LOS TOLDOS RESIDENCIALES 10
ARIAT: "REVOLUCIONAR ESTE ESPACIO"

14
GLEN RAVEN RESPALDA LAS SOLUCIONES DE
EPP EN TODA LA INDUSTRIA

EN LA PORTADA:

LA DE CUSHION PROS ES UNA HISTORIA DE REINVENCIÓN, EN PARTE PORQUE EL HISTÓRICO NEGOCIO FAMILIAR NUNCA DEJÓ DE REINVENTARSE.



CUSHION PROS:

TELAS NUEVAS + DISEÑOS CREATIVOS = PATRONES PERSONALIZADOS INSPIRADORES

La de Cushion Pros es una historia de reinvención. Desde su fundación en 1938, hacia el final de la Gran Depresión, la empresa familiar de cuarta generación ha pasado de ser un aletargado fabricante de telas a ser una potencia en línea con un sitio web exclusivo que les permite a los clientes diseñar sus propias almohadas y cojines personalizados.

Robert Paine Shapard, Sr., fundó la empresa bajo el nombre de American Throwing Company con el propósito inicial de hilar y trenzar seda cruda en hilos para usar en el negocio de la calcetería. En junio de 1941, en el momento más álgido de la Segunda Guerra Mundial, se impuso un embargo sobre toda la seda cruda que llegaba a los EE. UU. desde Japón. Poco después, American Throwing Company fue elegida por DuPont para probar y desarrollar un nuevo hilo para medias: el nylon.

Cuando los EE. UU. le declararon la guerra a Japón tras el ataque a Pearl Harbor en diciembre, el nylon dejó de usarse para calcetería y empezó a destinarse exclusivamente a la fabricación de paracaídas. Esa medida posteriormente condujo al cese de las operaciones de American Throwing Company. Shapard tomó la decisión de sumarse al esfuerzo bélico y, en febrero de 1942, se le adjudicó a American Throwing un contrato para producir proyectiles antiaéreos de 40 mm. La empresa terminó por producir el 25 % de todos los proyectiles de 40 mm utilizados durante la Segunda Guerra Mundial.











Una vez finalizada la guerra en 1945, se cancelaron todos los contratos militares y la familia Shapard tomó la decisión de volver a lanzarse al negocio textil. Shapard comenzó a fabricar ropa interior de punto para bebés por encargo de Sears, Roebuck and Company, bajo el nombre de American Mills, Inc. La relación entre American Mills y Sears continuó por más de 40 años empleando a más de 2,000 personas. La línea de productos se extendió a manteles, cojines, cortinas, almohadas decorativas y posaplatos.

A fines de la década de 1980, se vendió la división más grande de American Mills y se consolidaron las demás. Luego, se amplió la base de clientes y la empresa agregó productos importados a la línea. En 2012, American Mills lanzó Cushion Pros y comenzó a concentrar el 100 % de sus iniciativas en la fabricación de almohadas y cojines en los EE. UU. El nieto de Robert Shapard, Bill, y su esposa, Alisa, lanzaron Cushion Pros en Griffin, Georgia, donde la empresa administra instalaciones de 120,000 pies cuadrados y se distingue por ser unas de las últimas compañías textiles que quedan en el sur de Atlanta.

En la actualidad, los Shapard emplean a más de 50 artesanos con mucha experiencia que disfrutan del arte de crear hermosos cojines personalizados y a quienes consideran parte de la familia de Cushion Pros. En una entrevista reciente, Bill Shapard recordó la larga historia de Cushion Pros, marcada por la voluntad de nunca dejar de reinventarse, y cómo la asociación con Glen Raven y su icónica marca Sunbrella® contribuye al éxito de la empresa.



¿CÓMO HA EVOLUCIONADO CUSHION PROS JUNTO CON LOS CAMBIANTES GUSTOS DE LOS CLIENTES DESDE SU FUNDACIÓN?

Cushion Pros reconoce la importancia de los productos a medida. Los clientes disfrutan y exigen cada vez más participar en la confección, y la elección de color y forma de los productos para sus hogares y espacios exteriores. Cushion Pros vio esto como una oportunidad para crear productos personalizados fabricados en los EE. UU. a fin de satisfacer las necesidades de este nicho en crecimiento.

¿QUÉ LUGAR OCUPA LA PERSONALIZACIÓN EN LA MENTALIDAD DEL CLIENTE ACTUAL?

Cushion Pros se enorgullece de sus productos personalizados, un enfoque acorde a la mentalidad de personalización de los consumidores actuales. El 60 % de nuestros productos son completamente únicos en cuanto a tamaño, forma y confección. Esto cubre un nicho en crecimiento en el mercado de cojines de repuesto que pocas fábricas están preparadas para abordar. El 40 % restante de nuestros productos son específicos de una amplia colección de muebles de exterior. Hemos dedicado años a producir patrones para los muebles de exterior más populares vendidos en la actualidad. Esto nos permite asociarnos con clientes minoristas consolidados que hacen compras regulares a través de nuestro programa de venta mayorista. Un programa cuya popularidad está creciendo es nuestro concepto de "compra anticipada". Ofrecemos plazos extendidos o descuentos altos si se realizan pedidos de existencias a fines de noviembre para su producción en diciembre y enero. Esto les permite a nuestros clientes mayoristas la posibilidad de acumular existencias durante la temporada baja para tenerlas a disposición durante la temporada alta de ventas de primavera.

¿CUÁL ES LA PRINCIPAL VENTAJA DE LA EMPRESA EN EL MERCADO?

Nuestra principal ventaja en el mercado actual es la rapidez de entrega de los pedidos y un servicio al cliente superior. Muchos factores entran en juego cuando se trata de diseños personalizados. Con cada pedido, garantizamos una calidad uniforme y puntualidad. Dado que trabajamos juntos, cada miembro de nuestra empresa desempeña un papel fundamental para nuestro éxito. Nuestro objetivo es fabricar productos de alta calidad que superen las expectativas de los clientes. Los rápidos tiempos de producción son un factor clave de nuestro éxito. Somos muy conscientes de la importancia de enviar los productos a tiempo para cumplir con los plazos y las expectativas de nuestros clientes, quienes saben que pueden contar con este compromiso.

¿QUÉ PAPEL DESEMPEÑA SUNBRELLA EN EL ÉXITO DE CUSHION PROS EN EL MERCADO?

Sunbrella es una marca ampliamente conocida en todo el mundo como líder en telas de alto rendimiento. Como tela de exterior, supera a todas los demás en cuanto a reconocimiento. Nuestros clientes saben que este es un producto de calidad que disfrutarán durante muchos años y, a menudo, solicitan exclusivamente la marca Sunbrella. Igual de importante es el alto nivel de servicio al cliente que recibimos de Glen Raven de forma sistemática y con puntualidad. Estos importantes aspectos de Sunbrella contribuyen al éxito de nuestra empresa y desempeñan un papel fundamental en nuestro proceso de planificación comercial.

DESCRIBA CÓMO HAN EVOLUCIONADO LOS CLIENTES DE CUSHION PROS EN LOS ÚLTIMOS AÑOS.

Cuando lanzamos cushionpros.com, estábamos enfocados en los cojines de repuesto para muebles de exterior. Aunque seguimos observando un poco de actividad en esta rama, cada vez nos solicitan más cojines a medida para rincones y muebles que no se pueden conseguir en tiendas minoristas locales. Con ayuda de nuestros clientes, desarrollamos y entregamos el producto justo.

¿CÓMO RESUMIRÍA SU ESTRATEGIA COMERCIAL A LARGO PLAZO?

Siempre nos hemos adaptado y transformado con el paso del tiempo, incluso desde la época de mi abuelo. Desde el empeño titánico de nuestra empresa para respaldar el esfuerzo bélico hace casi 80 años hasta el lanzamiento de un sitio web exclusivo que les permite a los clientes crear su propio diseño de cojín personalizado cualquiera sea su forma o tamaño, hemos estado a la vanguardia identificando y determinando las próximas tendencias, y esta astucia sigue guiando nuestro pensamiento estratégico a largo plazo. Además, mantenemos nuestro compromiso de garantizar empleos para nuestra comunidad y crear productos de calidad fabricados con orgullo aquí, en los EE. UU. Nuestros clientes pueden tener la seguridad de que ofrecemos telas novedosas y diseños creativos, con lo último en procesos de confección.

DESCRIBA EL DESEMPEÑO DE GLEN RAVEN COMO SOCIO COMERCIAL DE CUSHION PROS.

Glen Raven siempre va más allá para respaldar nuestro negocio y el grado de asociación que brinda es fundamental para nuestro éxito. Cada temporada, nos ofrece lo mejor en selecciones de telas y confección de calidad. La asociación con Glen Raven sigue mejorando el nivel de los productos que Cushion Pros ofrece.

En Internet: cushionpros.com



SOL-LUX

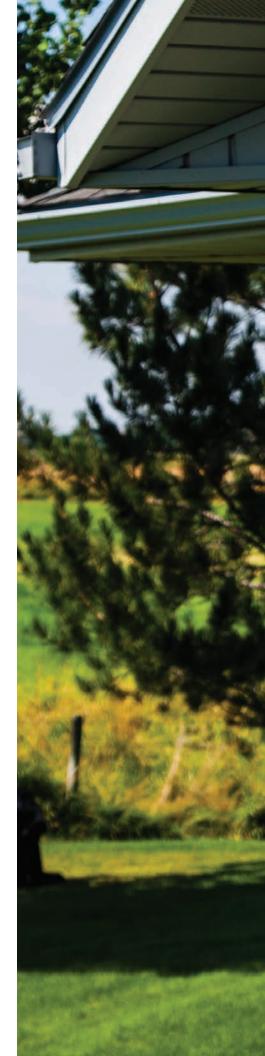
LLEVA LA INNOVACIÓN EN DISEÑO Y TECNOLOGÍA A LOS TOLDOS RESIDENCIALES



Los toldos para ventanas brindan solución para una serie singular de problemas del hogar: como persianas de exterior, impiden que el vidrio de la ventana se caliente, por lo que es más fácil y económico controlar la temperatura y el nivel de comodidad en interiores cuando afuera hace calor y está soleado. También ayudan a proteger el ambiente interior de la degradación producida por los rayos UV, lo que evita que ciertas partes de los muebles o los pisos se vean afectadas por la acción del sol. A diferencia de las persianas o las cortinas, los toldos no obstaculizan la vista ni disminuyen en gran medida la entrada de luz natural.

Sin embargo, para el equipo de Sol-Lux, los toldos para el hogar debían renovarse MUCHO para estar a la par del nivel de vida actual. Tradicionalmente, los toldos han sido voluminosos y difíciles de instalar, por lo que la instalación es costosa y lenta. Si son retráctiles, los usuarios deben acordarse de desplegarlos y volverlos a plegar. Además, dado que se ofrecen en colores y tamaños limitados, los toldos a menudo no encajan con el estilo del hogar.

Con esos problemas en mente, el equipo de Sol-Lux se propuso crear un mejor toldo. Sol-Lux es una subsidiaria de Carefree of Colorado, el gigante de accesorios para vehículos recreativos que tiene más de 50 años de experiencia con toldos retráctiles, por lo que está posicionada de forma inmejorable para cumplir su misión. El producto resultante, tras casi cuatro años de desarrollo, fue el lanzamiento en 2017 del primer toldo residencial inteligente Sol-Lux, que ofrece una innovación sin igual en diseño y tecnología.











EL PRODUCTO ES TAN
INTELIGENTE QUE, EN REALIDAD,
NO ES NECESARIO QUE EL
PROPIETARIO LO MANEJE
DESPUÉS DE LA INSTALACIÓN".

BEN BERGHOFF

Vicepresidente de Desarrollo Comercial de Sol-Lux En la actualidad, el tamaño de las ventanas residenciales puede variar enormemente, incluso en una misma casa. Por lo tanto, para mantener o, incluso, mejorar el estilo del hogar, Sol-Lux ofrece toldos en tamaños y colores aparentemente ilimitados.

"El producto es tan inteligente que, en realidad, no es necesario que el propietario lo maneje después de la instalación", dijo Ben Berghoff, vicepresidente de Desarrollo Comercial de Sol-Lux. "Cuando los clientes ven que los toldos pueden combinar a la perfección con la decoración de su hogar y que el producto reacciona a todas las condiciones climáticas por sí solo, se entusiasman y dicen cosas como: '¿Solo basta con que lo coloque?', '¿No debo conectarlo?' o '¿Se despliega y se pliega por sí solo?'. Ese es el gran momento de la revelación".

El toldo tiene varios componentes que lo hacen inteligente: su funcionamiento automático con energía solar sobre la base de la detección de la temperatura, los niveles de luz solar y el viento, así como la integración con Bluetooth® mediante una aplicación para teléfonos inteligentes que permite ajustar su configuración y controlarlo manualmente.

Dado que los toldos Sol-Lux funcionan con energía solar, no es necesario conectarlos al cableado eléctrico, lo que facilita la instalación. Además, su panel solar detecta los niveles de luz, por lo que se despliegan automáticamente cuando es necesario y se pliegan por la tarde o cuando la ventana está fuera del alcance de la luz solar directa. Debido a que controlan la temperatura, sus propietarios pueden ajustar los toldos para que solo se utilicen si se supera un determinado nivel. Por ejemplo, Berghoff dijo que había configurado sus toldos para que permanecieran cerrados hasta que la temperatura superara los 65 grados, de modo que, si hacía frío pero estaba soleado, el sol ayudaría a calefaccionar su casa.

Durante los días de viento, los productos de Sol-Lux cuentan con un acelerómetro, que detecta internamente el movimiento en lugar de la velocidad del viento. Para evitar daños, los brazos de los toldos tienen amortiguadores de gas que les permiten plegarse, de modo que la cubierta se infla para liberar la presión de las ráfagas de viento y si el movimiento se considera excesivo, el toldo se cierra automáticamente.

"Una de las principales dificultades con los toldos es la preocupación por las condiciones climáticas, desde ráfagas de viento hasta inclemencias del tiempo", dijo Berghoff. "Sabíamos que debíamos fabricar un producto que al usuario le resultara lo más práctico y sencillo posible".

Los toldos Sol-Lux se confeccionan en las afueras de Denver, en Broomfield, Colorado, y Sol-Lux usa solo telas Sunbrella® en sus más de 70 opciones de colores.



"Nuestra típica base de clientes está muy familiarizada con Sunbrella como marca de estilo de vida, desde muebles de exterior hasta cobertores para barcos", dijo Berghoff. "Elegimos deliberadamente las telas Sunbrella para nuestros productos porque formamos parte del mercado de bienes de lujo y Sunbrella goza de la reputación de calidad que nuestra clientela espera. Nos ganamos inmediatamente su confianza gracias a la marca Sunbrella".

Además de la calidad de la tela, Berghoff explicó que la variedad de colores y patrones que Sunbrella ofrece es una ventaja para sus clientes, que valoran la estética de diseño tanto en el interior como en el exterior de su hogar. En lugar de adquirir toldos en un tono marrón o gris apenas diferente del de la fachada de su casa, pueden combinarlos con mayor exactitud con un color complementario.

Recientemente, Sol-Lux comenzó a vender sus productos a través del minorista en línea de productos para el hogar Wayfair, por lo que han conseguido una mayor presencia nacional.

"La mayor dificultad a la que nos enfrentamos no tiene nada que ver con el producto, sino con el conocimiento de la marca", dijo Berghoff. "Carefree existe desde hace muchos años y la mayoría de los propietarios de vehículos recreativos la conocen. Sin embargo, Sol-Lux es totalmente nueva. Gracias a la venta a través de Wayfair, para los clientes es más sencillo adquirir nuestros productos y para nosotros es más fácil publicitarnos, a la vez que mantenemos nuestra imagen de alta calidad".

Una vez que se hace un pedido, el producto personalizado se confecciona por encargo en las instalaciones de fabricación de Colorado.

"Dado que los toldos Sol-Lux son personalizados, no están disponibles en tiendas, listos para usar", dijo Berghoff. "Ofrecemos anchos de toldos en incrementos de media pulgada, y una variedad sumamente amplia de colores de tela y pintura electrostática. En total, hay más de 13,000 combinaciones de colores posibles para que los clientes combinen con el estilo de su hogar".

Además de ser sumamente fáciles de instalar, los toldos son lo suficientemente discretos, compactos y ligeros para su transporte mediante UPS, por lo que pueden llegar con facilidad a cualquier lugar del país.

A medida que crece la demanda del producto, la empresa sigue concentrada en continuar innovando. Actualmente, desarrolla persianas verticales, y toldos para patios y terrazas, cuyo lanzamiento está previsto para fines de este año y el próximo 2021.

"Hoy más que nunca, los consumidores están centrados en crear hogares sanos, eficientes y cómodos", dijo Berghoff. "Con días cada vez más calurosos durante el verano, será más difícil mantener los hogares frescos. Uno puede bajar el termostato, cambiar todas las ventanas o implementar una serie de métodos costosos para lograr una mayor eficiencia energética. Sin embargo, si se busca una solución más sencilla, los toldos son una excelente opción".

En Internet: sol-lux.com







ARIAT: "REVOLUCIONAR ESTE ESPACIO"

Beth Cross es una innovadora de corazón. Creció en una granja de Pensilvania, fue la séptima de una familia de ocho hijos, y aprendió sobre el trabajo arduo y la resolución de problemas desde temprana edad. Montar a caballo, practicar deportes y ocupar varios trabajos durante la universidad son testimonios de su curiosidad y su mentalidad de aprendizaje, rasgos que más tarde le servirían en el mundo corporativo.

En la década de 1990, Cross se unió a Bain & Company, una firma de consultoría estratégica de San Francisco. Mientras se dedicaban a la mercadotecnia estratégica y al desarrollo de productos para una importante empresa de indumentaria deportiva, ella y su compañera Pam Parker identificaron una oportunidad para aplicar los principios de la tecnología del calzado deportivo y la mercadotecnia deportiva al mercado del calzado ecuestre. Aunque la empresa rechazó su idea, ellas ya la tenían plantada en su cabeza. En menos de dos años, fundaron una empresa que fue la primera en integrar la tecnología del calzado deportivo en las botas para deportistas ecuestres.

El legendario caballo de carreras
Secretariat inspiró el nombre de la
empresa. "Tengo el recuerdo especial de
estar sentada frente al televisor en 1973,
viendo a Secretariat ganar el Derby
de Kentucky", recordó Cross. "Llegó a
ganar la Triple Corona y batió récords
que aún hoy se mantienen vigentes. El
gran corazón y el espíritu competitivo de
Secretariat nos motivaron a nombrar a
nuestra empresa Ariat".

En la actualidad, Ariat International, Inc. es un fabricante líder de calzado e indumentaria ecuestre innovadores y de alto rendimiento. Con tecnologías patentadas diseñadas para ofrecer estabilidad, durabilidad y comodidad, Ariat fue pionera en aplicar la avanzada tecnología del calzado deportivo a botas de montar inglesas y botas vaqueras auténticas. Con un énfasis en la tecnología y la innovación, el equipo de productos de primer nivel de Ariat crea piezas innovadoras y galardonadas de alto rendimiento para todo tipo de entornos exteriores y de trabajo.

Tras más de 25 años respaldados por una historia inspirada en lo ecuestre, Ariat ha crecido hasta convertirse en la marca de calzado e indumentaria ecuestre más grande del mundo, con más de 6,500 tiendas minoristas y un equipo de más de 500 asociados ubicados en el norte de California, el Reino Unido, China, México y Japón. La empresa se enorgullece de la larga antigüedad de los miembros de su equipo, muchos de los cuales han sido parte de la compañía por más de 20 años, y además, son propietarios y jinetes de caballos.

"Nuestros clientes, especialmente quienes nos han elegido desde el principio, nos dicen que el rendimiento, la calidad y la comodidad de nuestros productos son los motivos por los que siguen escogiéndonos", dijo Cross, cofundadora y directora ejecutiva. "Estas son áreas en las que nos esforzamos por innovar constantemente. Hablamos con nuestros clientes todos los días en las tiendas, en eventos, en las redes sociales, y por correo electrónico y teléfono.

Recibimos comentarios increíbles sobre nuestros productos, lo que a la gente le agrada y lo que no, y muchas ideas para productos nuevos. Esta conexión con nuestros clientes es lo que nos permite centrarnos realmente en lo que es importante para la solidez a largo plazo de nuestra empresa".

Este enfoque en el cliente es lo que llevó a Ariat a asociarse con Glen Raven Technical Fabrics para crear un producto de marca compartida, la camisa ignífuga Featherlight®, hecha de GlenGuard®, líder mundial en ropa de trabajo ignífuga y con protección contra arco eléctrico de alto rendimiento. La camisa se confecciona con la tela GlenGuard de 5.3 onzas, una de las más ligeras del mercado, y se lanzó en 2018.

Heath Hunter dirigía las cuentas nacionales de productos ignífugos de otra empresa de ropa de trabajo e indumentaria deportiva en 2014 cuando Ariat le ofreció encargarse del ingreso de la empresa al ámbito de la ropa de trabajo ignífuga.

EL GRAN CORAZÓN Y EL ESPÍRITU COMPETITIVO DE SECRETARIAT NOS MOTIVARON A NOMBRAR A NUESTRA EMPRESA ARIAT".

BETH CROSS

Cofundadora y directora ejecutiva Ariat International, Inc.





ARRIBA A LA IZQUIERDA Foto de Tony Leonard, disponible en Secretariat.com.

ARRIBA A LA DERECHA Foto cortesía de Secretariat.com.

DEMÁS IMÁGENES Fotos cortesía de Ariat.

"He sido aficionado a la marca por mucho tiempo y cuando Ariat me propuso hacerme cargo del ingreso al ámbito de los productos ignífugos, no me pude resistir al desafío", dijo Hunter, director de Ventas Industriales de Ariat. "Beth es revolucionaria por naturaleza y su pasión no se asemeja a nada que haya visto en mi carrera. Marcó el rumbo del ingreso de la empresa al ámbito de los productos ignífugos con un lema simple: 'Revolucionar este espacio'".

Dada la carrera de Hunter en la categoría de indumentaria de protección, ya estaba familiarizado con Glen Raven Technical Fabrics, que produce materiales de alto rendimiento que se usan en una amplia variedad de aplicaciones funcionales tanto en el mercado comercial como en el industrial. También sabía que la reputación de Glen Raven por colaborar con sus clientes para crear soluciones únicas a problemas complejos sería perfectamente acorde a la cultura de Ariat, que es similar.

"No basta con estar dos pasos por delante de la competencia si no se tiene un pensamiento audaz e innovador ni sed de éxito", dijo Hunter. "Esta es la mentalidad de Ariat, y el motivo por el que nuestra asociación comercial con Glen Raven tiene tanto éxito es que revolucionar el mercado también forma parte del ADN de Glen Raven".









Además de la camisa de trabajo ignífuga Featherlight, Ariat y Glen Raven desarrollaron el pantalón ignífugo recto de tiro bajo M4 DuraLight Ripstop, hecho de tela GlenGuard de 6.1 onzas. Ambos productos son ligeros, duraderos y resistentes a la decoloración, y están disponibles en varios talles y colores. Uno de los nuevos lanzamientos que están en proceso es una línea de ropa de trabajo para mujer.

Los productos son ideales para diversas industrias, como la de petróleo y gas, y la de servicios públicos, así como para cualquier aplicación que implique un riesgo de arco eléctrico y combustión espontánea.

"Ariat siempre busca diferenciarse del resto", dijo Rich Lippert, vicepresidente de Ventas Técnicas de Glen Raven Technical Fabrics. "La empresa anteriormente había usado telas ignífugas tratadas, pero quería lanzar una línea exclusiva, es decir, una línea de indumentaria fabricada con telas exclusivamente ignífugas y con protección contra arco eléctrico. Nuestra tela GlenGuard de 5.3 onzas era perfecta para el avance de Ariat hacia el ámbito de productos ignífugos".

Para Hunter, la relación entre Ariat y Glen Raven va más allá de crear indumentaria moderna pero funcional y duradera. Está marcada por la adopción de una visión a largo plazo y la anticipación a los gustos cambiantes de los clientes.

"En Ariat, nos dedicamos a desarrollar productos que sean realmente fieles al ADN de nuestra marca", dijo. "También creemos en el poder de la narración y nuestra asociación con Glen Raven no hace más que contribuir al relato sobre productos ignífugos que tenemos para contar".

En Internet: ariat.com

EN TODA LA INDUSTRIA

La industria textil de los EE. UU. emergió como una parte esencial de la solución para proteger a los trabajadores de primera línea frente a la pandemia de COVID-19. Gracias al increíble esfuerzo de los asociados, los clientes, los proveedores y la comunidad médica, Glen Raven y la industria textil en general han modernizado muchas operaciones y suministran importantes equipos de protección personal (EPP), como cubrebocas, protectores faciales, hisopos, toallitas, batas y muchos otros productos. A continuación, se presenta un resumen de muchos aspectos destacados, aunque no todos, que demuestran la rápida capacidad de respuesta y resolución de problemas de Glen Raven Custom Fabrics, Glen Raven Technical Fabrics y Trivantage[®]. Mediante el trabajo con socios de muchas industrias, estos equipos han alineado sus recursos para centrarse en la producción de equipo de protección personal y ofrecer soluciones.



SUNBRELLA® Respaldamos los hábitos saludables



Dada la escasez de EPP de uso médico que afecta a los sistemas sanitarios, los Centros para el Control y la Prevención de Enfermedades (Centers for Disease Control and Prevention, CDC) publicaron recomendaciones sobre cubrebocas de tela caseras como medida de precaución adicional al distanciamiento social y al lavado de manos regular. Debido a que cada vez más personas se preguntan cómo hacer cubrebocas de uso personal

y para otras personas, Sunbrella ofrece instrucciones en su sitio web, incluso sobre cuáles son las mejores telas Sunbrella para cubrebocas y dónde acceder a los patrones de costura.

Sunbrella también envió sus telas a servicios externos de corte y costura para fabricar dos cubrebocas para cada empleado de Glen Raven a fin de cumplir con las prácticas sanitarias recomendadas.

SHAWMUT Abastecemos las primeras líneas



Cuando se desató la pandemia, una de las mayores dificultades para el sistema sanitario fue suministrar suficientes equipos de protección personal (EPP) para proteger a los trabajadores que atendían a pacientes posiblemente infectados. La escasez de suministros se notó en todo el país, especialmente en ciudades densamente pobladas, donde los brotes fueron especialmente más graves.

Glen Raven, mediante su producción de telas para EPP y su subsidiaria de logística de transporte, colaboró con su socio de empresa conjunta Shawmut Corporation, un fabricante de equipos médicos de protección y otros productos de alto rendimiento con sede en Massachusetts, para agilizar la fabricación y la distribución de batas médicas. Las batas

de aislamiento se han utilizado durante mucho tiempo para prevenir la propagación de enfermedades contagiosas en entornos sanitarios, dado que ofrecen un escudo de protección contra los contaminantes y resisten el desgaste normal por el uso en el trabajo.

Shawmut trabajó con el Equipo de Respuesta ante Emergencias de Fabricación de Massachusetts y los funcionarios federales, incluidos miembros de la Agencia Federal para el Manejo de Emergencias (Federal Emergency Management Agency, FEMA), a fin de prepararse para respaldar la producción de hasta 2.5 millones de batas de aislamiento por semana.

GLENGUARD® Protegemos a los trabajadores



GlenGuard se enorgullece de fabricar telas que ayudan a cuidar a quienes nos cuidan. Durante la pandemia de la COVID-19, Glen Raven Technical Fabrics siguió suministrando telas a los clientes, incluidos Cintas, Ariat y otros, para garantizar que los trabajadores esenciales tuvieran acceso al EPP adecuado.

Además, los trabajadores cuyas tareas requieren el uso de ropa ignífuga y con protección contra arco eléctrico para cumplir con las normas 1910.269 de la Administración de Seguridad y Salud Ocupacional (Occupational Safety and Health Administration, OSHA) y 70E de la Asociación Nacional de Protección contra Incendios (National Fire Protection Association, NFPA) ahora se enfrentan a la amenaza extra de infección por COVID-19 en el lugar de trabajo,

por lo que también deben usar mascarillas faciales de protección. Para cumplir con las normas de la OSHA, estos cubrebocas también deben ser ignífugos y contar con protección contra arco eléctrico, pero los cubrebocas comunes carecen de dichas propiedades.

GlenGuard es la tela ignífuga con protección contra arco eléctrico ideal para fabricar mascarillas faciales según las recomendaciones sobre tapabocas de tela de los Centros para el Control y la Prevención de Enfermedades (Centers for Disease Control and Prevention, CDC) porque es tejida y ligera, permite respirar con facilidad, y no contiene formaldehído. Glen Raven Technical Fabrics trabaja con varios clientes, incluidos Ariat, Rasco y Cintas, para fabricar estos cubrebocas de tela ignífuga.

GLEN RAVEN LOGISTICS Transportamos lo más importante



Glen Raven Logistics (GRL) posee una extensa historia de transporte de recursos esenciales durante situaciones de crisis en colaboración con socios clave. En respuesta a la pandemia de COVID-19, GRL tomó la iniciativa de organizar el traslado urgente de los materiales que utiliza Shawmut. Esta táctica estimuló la cadena de suministro general, desde los productores de hilos hasta los servicios de corte y costura, lo que reposicionó las instalaciones, permitió a los empleados seguir trabajando y ayudó a proteger a los trabajadores sanitarios de primera línea.

GRL respaldó a muchos clientes más en su misión de prestar servicio a la comunidad durante el cierre generalizado.

"Nuestros clientes han demostrado gran iniciativa", dijo Dan Cox, presidente de GRL. "Horizon Tool investigó y empezó a elaborar un producto completamente nuevo de inmediato. Su desinfectante de manos luego se destinó a los clientes de la industria automotriz, muchos de los cuales se consideraban empleados esenciales y seguían trabajando".

Otros clientes de GRL también comenzaron a fabricar EPP. King International comenzó a moldear y cortar protectores faciales de plástico, por lo que un proveedor de Nueva Jersey tuvo que enviar materia prima a la planta de Carolina del Norte tres veces por semana durante casi siete semanas.

Mann Consultants, una empresa con sede en la ciudad de Nueva York que contrata los servicios de transporte de GRL, descubrió el nicho de corte y costura de mascarillas faciales, lo que mantuvo a flote el negocio durante la peor fase del brote en Nueva York y también ayudó a la comunidad local, que se vio especialmente afectada por el virus.

Independientemente del tipo de producto, Cox dijo que a la empresa le complace poder facilitar el proceso logístico de los clientes.

"Pudimos responder rápidamente y simplificar la vida de nuestros consumidores", dijo Cox. "De esta forma, no tienen que preocuparse por la cadena de suministro y pueden centrarse en la producción esencial de estos productos".

CLIENTE DESTACADO Horizon Tool

A fines de marzo, cuando en el país definitivamente se empezó a practicar el distanciamiento social, usar cubrebocas en público y prohibir las reuniones públicas, Horizon Tool, Inc., un cliente de larga data de Glen Raven Logistics, comenzó a producir desinfectante de manos, lo que ayudó a reabastecer las estanterías de las tiendas con un producto que estaba agotado.

Si se tratara de una empresa de cosméticos o bebidas, este habría sido un paso lógico para ayudar a la comunidad durante una pandemia viral. Sin embargo, la competencia básica de Horizon Tool son las herramientas para mecánicos, por lo que esta decisión era mucho menos predecible.

PRODUCTOS DE HORIZON TOOL









"

FUE UN DESAFÍO, PERO CONSEGUIMOS LANZAR UN PRODUCTO COMPLETAMENTE NUEVO EN MENOS DE UN MES".

SCOTT NOYES

Director de Operaciones, Horizon Tool, Inc.



"En un principio, nos pidieron que envasáramos el desinfectante porque teníamos la capacidad de envasar otros productos", dijo Scott Noyes, director de Operaciones. "A fin de cuentas, tuvimos que adquirir equipo especial de envasado, que debía ser a prueba de explosiones para poder trabajar con el material; luego nos dimos cuenta de que también podíamos empezar a fabricar el producto nosotros mismos".

Debido a que es altamente inflamable y, por lo tanto, de alto riesgo, hay incontables normas que rigen la fabricación y el transporte de desinfectante de manos, que normalmente está compuesto por, al menos, un 60 % de alcohol puro. Noyes dijo que solicitó ayuda al equipo de GRL, que le ofreció asesoramiento valioso sobre las opciones de certificación de materiales peligrosos y, luego, logística diaria para transportar el producto.

"Cuando estábamos trabajando, llamamos a Mike Robins", dijo Noyes sobre el gerente regional de Ventas de GRL. "Rápidamente coordinó el envío de remolques a nuestras instalaciones para que pudiéramos cargar el producto durante el día y cambiarlos por la noche. En cuanto a los materiales peligrosos, nos ayudó a entender las regulaciones. En general, el equipo fue un gran aliado para nosotros durante el proceso". GRL fue la empresa encargada de entregar la materia prima y despachar el desinfectante de manos terminado de conformidad con el código. En un esfuerzo por ayudar a las empresas que fabrican suministros, el Departamento de Transporte de los EE. UU. incluso redujo sus tarifas de envío de materiales peligrosos y así eliminó una de las tantas barreras de entrada para la industria.

Según Noyes, Horizon Tool fue capaz de conseguir todos los equipos, los ingredientes y las certificaciones necesarios en unas tres semanas y media, una gran hazaña si consideramos que nunca antes había fabricado el producto. Además de la fabricación, también diseñó y adquirió los envases, los dispensadores, las cajas y las etiquetas para que estuvieran preparados para enviar el desinfectante de manos tan pronto como estuviera listo.

Muchas empresas que esperaban mitigar la escasez y asegurarse de que sus empleados siguieran trabajando comenzaron a fabricar y envasar desinfectante de manos en ese momento. Sin embargo, como muchos pronto descubrieron, aunque los desinfectantes pueden matar gérmenes, no todos son igual de agradables de usar.

"Muchas empresas se lanzaron al mercado al mismo tiempo", dijo Noyes. "Muchas lo transportaban en una forma líquida que tenía mal olor, casi similar al whisky Moonshine o a un tequila de mala calidad. Ahora sabemos que el mal olor es resultado de un alcohol de calidad inferior. Tenemos suerte de que nuestro proveedor nos ofrece un producto de calidad muy superior".

Además de alcohol inodoro, Noyes dijo que los clientes prefieren el desinfectante en gel porque es más fácil de usar. Como resultado, le agregan gel de aloe vera para darle al producto terminado una consistencia más espesa.

En mayo de 2020, Horizon Tool implementó un segundo turno para la producción del desinfectante de manos. En un momento en el que muchas empresas suspendían o despedían a sus trabajadores, su equipo pudo contratar a 45 empleados más gracias a su expansión al área del desinfectante para manos.

Sobre la base de los resultados positivos, Noyes dijo que no considera que esto se trate de una iniciativa temporal de respuesta ante emergencias. Pretende solicitar la certificación de la Administración de Alimentos y Medicamentos (Food and Drug Administration, FDA) para sus instalaciones, lo que permitirá a la empresa ampliar su alcance a productos cosméticos y alimentarios en el futuro.

"Buscábamos un bien de consumo, pero el producto terminó encontrándonos a nosotros", dijo Noyes. "Fue un desafío, pero conseguimos lanzar un producto completamente nuevo en menos de un mes. Nos entusiasman las nuevas oportunidades que surgirán cuando hagamos de esta iniciativa un compromiso a largo plazo".

TRIVANTAGE® Miramos hacia el futuro

Trivantage es un equipo de profesionales diversos y de gran alcance que abarca diferentes mercados y clientes. Gracias a la abundante colaboración con otras divisiones y socios de Glen Raven de la industria, Trivantage adoptó rápidamente una posición de liderazgo. Fue la primera empresa de su sector en tener una plataforma específica para EPP, que ofrece conocimientos sobre las telas y los patrones aprobados para fabricar cubrebocas, protectores faciales, batas, accesorios y tiendas de campaña.

Los asociados buscaron consolidarse como recursos para los clientes que tenían las habilidades y el talento para respaldar a la comunidad sanitaria y ayudar a satisfacer la necesidad de EPP. Cuando se impusieron restricciones de viaje, el equipo tuvo que adaptarse rápidamente para mantener la relación con los clientes.

"Estuvimos disponibles por teléfono desde el primer momento en que se restringieron los viajes", dijo Lindsay Shakarjian, gerente de Mercadotecnia. "Creo que nuestro equipo ha hecho un excelente trabajo como recurso a disposición de los clientes. Nos comunicamos por llamada telefónica, correo electrónico y videoconferencia; hacemos lo que sea necesario para mantenernos conectados".

El equipo de Trivantage colaboró para crear un documento de capacitación sobre productos recomendados, de modo que los representantes de ventas pudieran comentarles activamente a los clientes lo que Trivantage hacía y lo que podía ofrecer.

Además, Bret Kelley, vicepresidente de Ventas, dijo que hay reuniones telefónicas regulares con grupos de clientes por región en las que



analizan las mejores formas de mantener la seguridad de los trabajadores sanitarios y, a la vez, garantizar el regreso de los empleados al trabajo. A partir de esas conversaciones, han empezado a imaginar cómo será la "nueva normalidad".

"La nueva normalidad incluye diferentes tipos de EPP más informales en entornos comerciales y minoristas", dijo Kelley. "Habrá una mayor demanda de productos para mantener a las personas separadas en espacios públicos y algunas ideas son agregar separadores transparentes entre las mesas de restaurantes, las caminadoras de gimnasios o las sillas de las peluquerías".

Además de los divisores, Kelley dijo que prevé que más restaurantes utilizarán el espacio exterior y que los municipios podrían cerrar las calles para que los clientes puedan sentarse al aire libre. Dado que pasarán más tiempo afuera, habrá una mayor demanda de estructuras que den sombra. En junio, Trivantage lanzó una segunda plataforma como parte de esta iniciativa.

Otro gran cambio fue un aumento significativo de los negocios relacionado con el comercio electrónico, que probablemente sea resultado del cierre temporal de las tiendas y la búsqueda de los consumidores de oportunidades de renovación de patios mientras pasan más tiempo en casa.

"Por supuesto, esto se vincula en gran medida a personas que tienen ingresos disponibles y no pueden salir de casa", dijo Kelley. "Quieren renovar los muebles del patio, cambiar los cojines, conseguir un toldo retráctil o pantallas motorizadas".

Kelley dijo que el futuro aún sigue siendo una gran incógnita, ya que casi todos los días hay novedades.

"De cara hacia el futuro, los interrogantes de toda la industria tienen que ver con una reapertura segura, la forma de prevenir otro brote o al menos estar mejor preparados para uno y si la pandemia ha cambiado para siempre el modo de hacer negocios", dijo. "Independientemente de los próximos cambios, la industria textil de los EE. UU. ha demostrado una vez más ser un recurso resistente en medio de la crisis".







UBICACIONES GLOBALES DE GLEN RAVEN

GLEN RAVEN, INC.

- Oficina corporativa Glen Raven, Carolina del Norte 336.227.6211
- Centro de conferencias Altamahaw Altamahaw, Carolina del Norte 336.227.6211

GLEN RAVEN ASIA

- Oficina corporativa y planta de producción Provincia de Jiangsu, Suzhou 86.512.6763.8151
- Oficina de ventas
 Distrito de Xuhui, Shanghái
 86.21.5403.8385

GLEN RAVEN CUSTOM FABRICS, LLC

- Sunbrella HQ (Oficina central) Glen Raven, Carolina del Norte 336.227.6211
- Planta de Anderson Anderson, Carolina del Sur 864.224.1671
- Planta de Burlington Glen Raven, Carolina del Norte 336.227.6211

- Planta de Norlina Norlina, Carolina del Norte 252.456.4141
- Sala de exhibición de High Point High Point, Carolina del Norte 336.886.5720
- Planta de Burnsville Burnsville, Carolina del Norte 828.682.2142

GLEN RAVEN TECHNICAL FABRICS

- Oficina corporativa Glen Raven, Carolina del Norte 336.227.6211
- Shawmut Park Avenue Glen Raven, Carolina del Norte 336.229.5576

STRATA SYSTEMS, INC.

 Oficina corporativa Glen Raven, Carolina del Norte 800.680.7750

STRATA GEOSYSTEMS (INDIA) PVT. LTD.

Oficina corporativa Bombay 91.22.4063.5100

- Planta de Daman Bhimpore, Daman 91.260.222.1060
- Oficina de ventas de Hyderabad Hyderabad 91.9949.361.706
- Oficina de ventas de Gurgaon Gurgaon 91.9871.102.146
- Planta de Daheli Daheli, Gujarat 91.992.043.2001

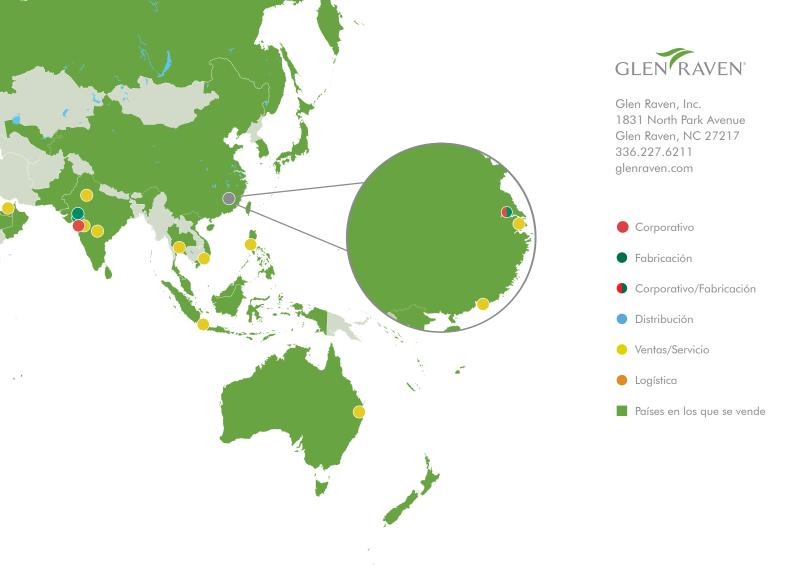
DICKSON-CONSTANT

- Oficinas corporativas 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 Frolunda, Suecia 46.31.50.00.95

- Dickson-Constant España Barcelona, España 34.93.635.42.00
- Dickson-Constant Oddzial W Polsce Kielce, Polonia 48.510.080.502
- Dickson-Constant Nederlands Breda, Países Bajos 31.65.434.56.24

SUNBRELLA/DICKSON

- Representante de ventas para la región andina y Centroamérica Bogotá, Colombia 57.310.461.0776
- Oficina de ventas de Sudamérica Montevideo, Uruguay 59.89.9209.219
- Oficina de ventas de Vietnam Ciudad Ho Chi Minh, Vietnam 84.906.397.888
- Oficina de ventas de Indonesia Yakarta, Indonesia 62.21.5289.7393
- Representante de ventas para Oceanía
 Varsity Lakes, Australia
 61.(0)4.3299.5334



- Representante de ventas para África subsahariana y el océano Índico Johannesburgo, Sudáfrica 27.81.038.2788
- Representante de ventas para Tailandia Bangkok, Tailandia 66.81.751.1447
- Representante de ventas para Hong Kong Hong Kong 852.6850.4459
- Representante de ventas para las Filipinas Manila, Filipinas 63.908.958.8404
- Representante de ventas para Turquía Kadıkoy/Estambul, Turquía 90.533.600.88.79
- Representante de ventas para la India/SAARC Bombay, India 91.961.953.64.55
- Representante de ventas para el Medio Oriente Dubái, Emiratos Árabes Unidos 971.5.09519006

GLEN RAVEN LOGISTICS

- Oficina corporativa Altamahaw, Carolina del norte 800.729.0081
- Terminal de Ciudad de México Ciudad de México, México 011.525.55.561.9448
- Terminal de Nueva Jersey Ridgefield, Nueva Jersey 800.729.0081
- Terminal de California Garden Grove, California 800.729.0081
- Terminal de Texas Laredo, Texas 800.729.0081

TRIVANTAGE

- Oficina corporativa Glen Raven, Carolina del Norte 336.227.6211
- Centro de distribución consolidada Mebane, Carolina del Norte 877.540.6803

- Centro de distribución de Texas Irving, Texas 800.786.7610
- Centro de distribución del sur de California City of Industry, California 800.841.0555
- Centro de distribución de Florida Miami, Florida 800.786.7605
- Centro de distribución de Georgia Austell, Georgia 800.786.7606
- Centro de distribución de Ohio Middleburg Heights, Ohio 800.786.7601
- Centro de distribución de Misuri Maryland Heights, Misuri 800.786.7603
- Centro de distribución de Nueva Jersey
 Somerset, Nueva Jersey
 800.786.7602

TRICAN CORPORATION

 Centro de distribución Mississauga, Ontario, Canadá 800.387.2851

TUNALI TEC

- Cuernavaca
 Jiutepec, Morelos, México
 800.00.88.6254
- Guadalajara Guadalajara, Jalisco, México 800.00.88.6254
- Cancún Cancún, Quintana Roo, México 52.998.279.3502