ABC

Soporte: Papel
Sección: Empresas
Fecha: 15/05/2016

1.060 comunicación

Sector textil

Patch, prendas españolas con acento americano

▸ La empresa fundada por Curro Ariza abrirá dos nuevos centros en Barcelona

M. S.

Hasta lograr fundar su propia marca de ropa, Curro Ariza pasó varias décadas trabajando en el sector textil. Durante los años 80 y 90 estuvo presente en importadoras y distribuidoras de marcas internacionales. Con la llegada del nuevo siglo participó en la puesta en marcha de la primera cadena de outlets española. Y finalmente en 2010, con la intención de fabricar y vender sus propios productos, creó un proyecto para ropa de hombre, Patch.

Interior de la tienda de la calle Velázquez en Madrid

Se trata de una marca inspirada en los básicos americanos. Esta es «una de las principales diferencias de la marca, ya que en España se han desarrollado muchos proyectos donde prima el ambiente británico», asegura Ariza. Además, la empresa pretende ofrecer a sus clientes ropa hecha en España con un carácter personalizado. Aunque sus productos están fabricados en serie, se amoldan a las distintas morfologías de los clientes en sus talleres. Otra de sus características es el color. «Queremos cambiar a nuestros clientes sin disfrazarlos de mecánicos de Fórmula 1, que se sientan cómodos con patrones clásicos con un toque de color», afirma Ariza. Sus colecciones ofrecen un «look» completo para el género masculino. También han promovido acuerdos con otras marcas, con la intención de que sus clientes «encuentren respuesta a cualquier necesidad de consumo».

El futuro pasa por Barcelona, donde la marca abrirá dos nuevos centros y un «showroom» donde va a recibir tiendas multimarca para que Patch esté representada en otras ciudades.

Como muchos otros emprendedores, Ariza reconoce que el camino no ha sido fácil: «La sensación que tenemos aquellos que estamos emprendiendo no es de soledad, que ya me parece grave, es que muchas veces tenemos la sensación de que las administraciones actúan contra nosotros... las interminables gestiones administrativas, la falta de ayudas reales y la sangría de impuestos y tasas a las que nos someten hacen que muchas veces trabajemos más en defendernos o en superar esas trabas que en el propio desarrollo del negocio».

Helen Doron English quiere llegar a los 100 centros en 2016

L. M. O.

Hay muchas academias y métodos para aprender inglés pero Helen Doron, la fundadora de la red de academias que lleva su nombre, cree que la suya es diferente porque tiene como aliada la tecnología. «Nuestros linguistas y escritores generan continuamente materiales propios para todas las edades. En estos años hemos creado más de 800 canciones para que los niños aprendan inglés», asegura Doron. La clave está, según ella, en que «los niños están diseñados para ser multi-idioma y cuanto más pequeños más fácil les resulta aprender varios idiomas si se exponen a ellos de manera regular y sistemática, en la escuela y en casa». Además sus academias cuentan «con el aval pedagógico de Johnson y Newport, que señala que cuando antes se produzca la inmersión linguística en una segunda lengua mejor será el dominio de ésta cuando el niño sea adulto».

Con más de 800 centros a nivel mundial. Helen Doron se ha convertido en un gran grupo empresarial del sector educativo con 4.000 profesores y casi dos millones de alumnos en 40 países. Barcelona fue su primer punto de apertura en España hace ahora diez años. Actualmente, roza los 14.000 en los 83 centros que dispone en nuestro país. El objetivo es que este año alcance el número redondo de cien centros. Entre los planes en los que trabaja Helen Doron figura también la formación de profesores. Quiere fomentar la figura del «independent teacher», que hace referencia a un profesor de inglés que es formado en esta red de academias y que no tiene que ser nativo de lengua inglesa para que en un primer momento dé clases a grupos sin tener que invertir en la creación de un centro propio.