



ARDEN COMPANIES AVANZA EN SU TRANSFORMACIÓN DIGITAL CON CENTRIC PLM™

LA EMPRESA LÍDER EN COJINES Y TELAS PARA EXTERIORES SE ADELANTA A LAS CONDICIONES DEL MERCADO GRACIAS A LA TECNOLOGÍA



© 2021 Centric Software Inc. Todos los derechos reservados.

«Como empresa, hemos pasado de utilizar papel y lápiz como medio de almacenamiento de los datos de productos, a una solución digital de uso global».

El vicepresidente de e-Commerce de Arden Companies, Alex Thomson, describe lo lejos que han llegado. La empresa lleva asociada con Centric desde hace más de una década, y Thomson cuenta los cambios que se han producido en ese tiempo. «Cuando me incorporé a la empresa teníamos un sistema ERP heredado, pero toda esa infraestructura y los procesos que la rodean se han modernizado de verdad; sin duda Centric PLM ha liderado la carga de esa modernización».

EVOLUCIÓN DE MÁS DE MEDIO SIGLO EN EL NEGOCIO

Kyle Sharpe, vicepresidente de Adquisiciones Globales de Arden Companies, da algunos antecedentes del negocio. «Arden se fundó en 1964 y fue una empresa privada hasta 2019, cuando fuimos adquiridos y nos unimos a la familia de empresas Central Garden & Pet. Arden es un proveedor líder de cojines y almohadas para exteriores en Estados Unidos, Canadá y México. Lowe's, Home Depot y Walmart son algunos de nuestros clientes clave, y también tenemos un negocio de e-commerce muy sólido. Producimos tanto marcas privadas de retailers como nuestras propias marcas nacionales». Arden cuenta con 12 oficinas en todo el mundo y cuatro centros de fabricación en Estados Unidos.

TRES DESAFÍOS PARA LA ESCALABILIDAD

Según Arden, la escalabilidad es la clave para impulsar la productividad dentro de la organización. Thomson afirma: «Hace unos 10 años logramos un determinado tamaño en el que el alcance y la escala de los programas que respaldábamos superó nuestra capacidad de gestionarlos mediante cualquier método anticuado, por muy sólido que fuera el proceso que lo respaldaba». Las tres áreas centrales para permitir la escalabilidad fueron:

- Una única fuente de verdad definitiva.
- El proceso de lanzamiento.
- Cohesión en la cadena de suministro.

Thomson asegura que la información estaba dispersa por todas partes: en archivos, hojas de cálculo, emails y varias personas. «No había una forma de entender en conjunto cuál era la realidad de un producto. En el proceso de lanzamiento, al llegar a la fabricación, la información estaba allí a través de nuestro ERP, pero antes de eso estaba realmente dispersa. Necesitábamos una única fuente de información definitiva».

Necesitaban realizar procesos específicos con sus clientes para llevar los productos a través del desarrollo y la finalización. Thomson afirma: «Hay que gestionar todos esos detalles y es muy importante hacerlo bien; una vez que se empieza a fabricar el producto, es muy difícil cambiar algo a mitad de camino debido a los volúmenes con los que trabajamos. Asegurarse de que cada parte de la información esté bien definida, revisada y aprobada es esencial a medida que vamos creciendo».

El crecimiento internacional supuso una serie de retos para la cadena de suministro. La comunicación debía ser rápida, recurriendo a una única fuente de información para múltiples socios en distintas zonas horarias. Según observa Thomson: «El email es peligroso y no



favorece necesariamente la rapidez cuando se trata de datos sobre productos específicos».

DE LOS COJINES A LAS TELAS

Arden se ha diversificado para ofrecer telas de exterior al por menor. Sharpe afirma: «Hace aproximadamente tres años nos lanzamos de lleno en el sector textil. Sabíamos que había una oportunidad al introducir tejidos asequibles y de alta calidad que duren y rindan más que el estándar del mercado. En 2017 presentamos EverTru®, un tejido acrílico y de poliéster teñido en masa (SDP). Hoy, tenemos una línea completa anual de tejidos acrílicos y SDP, y trabajamos directamente con más de 30 de los principales fabricantes de muebles del mundo para retailers y clientes especializados».

Thomson está de acuerdo. «Los tejidos EverTru proporcionan una ventaja con nuestros clientes retailers, ya que podemos apoyarles con una operación vertical completa, desde el diseño, el desarrollo y la gestión de la producción de los tejidos hasta el producto acabado».

DIGITAL Y SOSTENIBLE

En 2016, Arden tomó la decisión de apostar por el e-commerce. Eso significó cargar en el PLM varios cientos de productos más y todos sus atributos, que se cuentan por cientos de miles, para llevar a cabo la idea. Dio sus frutos, convirtiéndose rápidamente en una parte integral

DESAFÍOS

- + Información de productos dispersa en ubicaciones dispares.
- + La escala de los programas de retail superaba la capacidad de las herramientas actuales.
- + El proceso de lanzamiento carecía de controles con respecto a los errores.
- + La comunicación internacional es difícil.
- + La cadena de suministro se estaba ampliando.
- + Había cambios en las condiciones del mercado y en las tendencias de los consumidores.

de su negocio. Cuando la pandemia de Covid-19 cerró las tiendas físicas, la página web de operaciones de e-commerce de Arden pudo gestionar fácilmente el tráfico gracias a la infraestructura ya existente.

Thomson explica cómo su propia marca Selections de cojines y almohadas para exteriores encaja en el mercado minorista tradicional y en el e-commerce. Arden está apoyando a algunas de las páginas web de sus principales retailers. «Nos entusiasma ver crecer nuestra marca Selections, y la clave es poder gestionar artículos que existen en varios retailers al mismo tiempo». Antes, el modelo consistía en un surtido limitado de un conjunto de artículos por retailer de marca propia. Thomson afirma: «Era la primera vez que llevábamos el producto a varias empresas de retail al mismo tiempo, lo que generó su propia complejidad».

El PLM está contribuyendo a las prácticas de sostenibilidad. En palabras de Thomson: «En el espacio del e-commerce, vemos el deseo de reducir la huella de carbono. Para ello, hemos lanzado nuestra línea de cojines Profoam™, que se envía en formato comprimido. Esto reduce el coste de transporte y el coste para el consumidor, además de reducir las emisiones de carbono. También nos centramos en la durabilidad de los productos. Nuestra empresa ha evolucionado mucho desde su creación y una parte fundamental de ello es poder gestionar nuestros datos y comprender cómo evolucionan con el tiempo».

LA PROGRESIÓN DE PLM

Thomson asegura que «La última década que hemos trabajado con Centric Software ha supuesto un gran cambio. Al principio de nuestra experiencia de PLM, todo giraba en torno a la gestión de datos de productos. Tenemos cientos de atributos para cualquier producto de nuestra cartera. En aquel momento gestionábamos entre 45 y 50 atributos, y lo hacíamos mediante hojas de cálculo, emails y archivos de papel guardados en un cajón. Con ayuda de Centric, la implementación nos permitió reunir todo eso en un sistema digital del siglo XXI, que nos dio una gran visibilidad. A continuación, fuimos añadiendo diferentes funciones del PLM de Centric a lo largo de 12 años, e incluso trabajamos con Centric de vez en cuando para sugerir hacia dónde queríamos ir con el PLM, ya que afectaría a nuestra industria».

La superposición siguió esta trayectoria: al principio, Arden utilizaba el PLM para los datos de los productos. A continuación, pasaron rápidamente al cálculo de costes de los productos. Luego siguió el desarrollo de productos, definiendo las especificaciones técnicas, las solicitudes de muestreo y también el proceso de desarrollo posterior al producto antes del lanzamiento. A medida que la cadena de suministro se ampliaba, el PLM permitía el abastecimiento internacional y la visibilidad del proceso que necesitaban. Con el comercio electrónico, Arden empezó a utilizar el sistema de una forma más sólida, que sigue vigente en la actualidad. Thomson afirma: «Seguimos encontrando nuevas formas de aprovechar el proceso y la tecnología con Centric: el socio que elegimos para crecer y pensar en nuestro negocio a varios años vista, no solo en lo que vendrá en los próximos 18 meses».

EL PLM SIGUE APORTANDO BENEFICIOS

«La capacidad del PLM para mantener registros de productos de temporadas pasadas, atributos de materiales, solicitudes de tejidos y dibujos es increíblemente útil cuando necesitamos echar un vistazo a una temporada de hace años para encontrar información específica sobre un material o un producto», afirma Sharpe. «Es esencial poder hacer eso».

Sharpe explica cómo en el PLM se asigna un número de seguimiento a un tejido en cuanto se crea, y se le asignan atributos del material como la composición del tejido, el hilo, la anchura, el peso, la fábrica de producción, el cliente, el calendario, la fecha de desarrollo y la

aprobación. Cuando entra en un programa de retail, recibe un número de pieza formal y se añade información como los volúmenes anuales, la ubicación de las plantas y otros datos relacionados con el propio programa. «Lo bueno es que todos esos atributos originales están vinculados al número de pieza principal, por lo que siempre se puede volver atrás y seguir el desarrollo real si se necesita, más adelante».

«Aparte de la biblioteca general de materiales, utilizo el PLM para todas las solicitudes de muestras de los clientes. Cuando empiezan su jornada en nuestra oficina de Asia, pueden ver todas las solicitudes que mi equipo envió el día anterior, ya que es un sistema en vivo. He creado vistas personalizadas que hacen un seguimiento de todos nuestros tejidos activos que están en todos los programas, su progreso a través de las etapas de preproducción, y luego en la producción a granel. Puedo ver el estado de los artículos activos en cualquier momento».

Al preguntarle qué departamentos utilizan Centric PLM, Sharpe confiesa: «¡Ni siquiera se me ocurre qué equipos no utilizan el PLM! Hay tanta información crucial relacionada con nuestros clientes, proveedores, programas de retail, tejidos y artículos». Luego comienza a enumerar los equipos que dependen de ello: «La cadena de suministro sin duda, cumplimiento, servicio al cliente, ventas, ingeniería, informática, diseño textil, toda nuestra oficina de Asia. Así que, sinceramente, no se me ocurre ninguno...». Thomson coincide: «Todo el mundo, incluso nuestro presidente, utiliza a veces el PLM para consultar información».

«SEGUIMOS ENCONTRANDO NUEVAS FORMAS DE APROVECHAR LOS PROCESOS Y LA TECNOLOGÍA CON CENTRIC; ES EL SOCIO QUE ELEGIMOS PARA CRECER Y PENSAR EN NUESTRO NEGOCIO A VARIOS AÑOS VISTA, NO SOLO EN LO QUE VENDRÁ EN LOS PRÓXIMOS 18 MESES.»

RESULTADOS

- + Una fuente digital de la información alojada en el PLM.
- + Todos los equipos están en el PLM.
- + Los flujos de trabajo incluyen aprobaciones y comprobaciones.
- + Comunicación internacional sin fisuras.
- + Transparencia en el desarrollo de productos y en el post-PD.
- + Los datos permiten prácticas de envío sostenibles de e-commerce.
- + Facilidad para pasar al teletrabajo durante la pandemia de Covid-19.



Arden

(www.ardencompanies.com)

Toda empresa tiene una historia de fundación. Esta es la nuestra: Bob y Martie Sachs, de 23 y 22 años respectivamente, fundaron Arden en 1964 como intermediario y distribuidor de productos de limpieza para el hogar. En la actualidad, Arden es un proveedor líder de cojines y almohadas para exteriores en Estados Unidos, Canadá y México. Lowe's, Home Depot y Walmart son algunos de nuestros principales clientes. Producimos tanto marcas privadas de retailers como nuestras propias marcas nacionales. Arden cuenta con 12 oficinas en todo el mundo y 4 centros de producción en Estados Unidos.

Hemos seguido expandiéndonos por Estados Unidos y en el extranjero, lo que nos permite ofrecer una distribución óptima y encontrar personas con talento en toda Norteamérica y Asia. Dondequiera que estén en el mundo, los empleados se mantienen conectados a través de la tecnología más avanzada para trabajar juntos en muchos proyectos. En cada ciudad, estado y país donde Arden está presente, nuestra empresa se esfuerza por mejorar su comunidad y cree en hacer negocios lo mejor posible, ya que entregamos productos siempre a tiempo, completos y correctos.

En 2004, abrimos nuestra primera oficina en el extranjero, en Gongming (China), para ampliar nuestras operaciones de fabricación en Asia. En 2008 dejamos atrás otros negocios para centrarnos únicamente en los productos de exteriores. Arden amplió sus operaciones en Asia en 2011 al abrir una oficina en Taipéi, la mayor ciudad de Taiwán. El equipo de Taiwán trabaja directamente con los proveedores de telas de Arden, así como con las fábricas de impresión, tejido, teñido y acabado, para garantizar que cumplimos todas las normas de calidad y los plazos de los programas de producción. Estamos muy orgullosos de esta implicación con toda la cadena de suministro mundial y del valor añadido para nuestros clientes.

En 2019, Arden Companies se unió a la familia de Central Garden & Pet.

ACERCA DE CENTRIC

(www.centricsoftware.com)

Desde sus oficinas centrales en Silicon Valley, Centric Software® proporciona una plataforma de transformación digital, desde la concepción del producto hasta el consumidor, para marcas de moda, retail, calzado, lujo, material deportivo, electrónica de consumo y bienes de consumo, incluyendo cosmética y cuidado personal, y alimentación y bebidas. Centric PLM™, la plataforma insignia de gestión del ciclo de vida del producto (PLM) de Centric, ofrece servicios de planificación de mercancías, desarrollo de productos, suministro, calidad y gestión de la cartera de productos, adaptados a sectores de consumo en constante cambio. La plataforma de innovación visual de Centric (CVIP) ofrece una nueva experiencia digital y completamente visual que mejora la colaboración y la toma de decisiones. Centric Retail Planning es una solución innovadora, en la nube, impulsada por Armonica Retail S.R.L., que ofrece un proceso de planificación integral diseñado para maximizar el rendimiento del negocio de retail. Centric Software es pionera en movilidad, ya que introdujo las primeras aplicaciones móviles para PLM, y es ampliamente conocida por su conectividad con otros sistemas empresariales, incluyendo el ERP, el DAM, el PIM, el e-commerce, la planificación y otros más, además de herramientas creativas como Adobe® Illustrator y conectores CAD 3D. Las soluciones de Centric están completamente orientadas por el mercado y tienen la mejor tasa de adopción por parte del usuario y el mejor time-to-value del mercado. Todas las innovaciones de Centric reducen el time-to-market, impulsan la innovación de productos y reducen costes.

Centric Software es propiedad mayoritaria de Dassault Systèmes (Euronext Paris: #13065, DSY.PA), líder mundial en software de diseño 3D, maquetación digital 3D y soluciones de PLM.

Centric Software ha obtenido múltiples premios y reconocimientos del sector, como figurar en la lista Top 100 Global de Red Herring en 2013, 2015 y 2016. También ha recibido varios premios a la excelencia por parte de Frost & Sullivan en 2012, 2016, 2018 y 2021.

 CentricSoftware™



www.centricsoftware.com