

# HELLY HANSEN INFUNDE EL PODER DEL 3D EN LA INNOVACIÓN DE PRODUCTOS

EL PIONERO EN ROPA DEPORTIVA UTILIZA CENTRIC PLM™ PARA APOYAR  
UN DESARROLLO DE PRODUCTOS ÁGIL Y DE ALTA CALIDAD



 CentricSoftware™

«Antes del PLM de Centric, uno de nuestros mayores desafíos era la falta de rendición de cuentas, ya que cada departamento usaba diferentes herramientas y plataformas. Como crecíamos rápidamente, para desarrollar productos innovadores y de alta calidad de manera eficiente necesitábamos una visión clara de quién hacía qué, dónde y cuándo».

Ferdinand Diener, jefe de Procesos y Calidad de Helly Hansen, explica que la marca de ropa deportiva antes luchaba con la gestión de datos, la visibilidad y el control de versiones en múltiples plataformas de software. Cuando el grupo Helly Hansen adquirió MUSTO en 2018, la integración de una nueva marca trajo consigo retos adicionales. Sin embargo, MUSTO llevaba años siendo un cliente satisfecho de Centric Software® y, en 2019, Helly Hansen decidió implementar también Centric PLM para armonizar los datos y los procesos en ambas marcas y en sus propios departamentos.

Ya en 2020, nadie podría haber imaginado cuánto cambiaría el mundo en tan poco tiempo. Pero gracias a las innovadoras soluciones digitales proporcionadas por la tecnología 3D y el PLM para Outdoor de Centric, Helly Hansen ha sido capaz de adaptarse a las recientes perturbaciones del mercado causadas por la crisis sanitaria de COVID-19 y ha logrado mejorar la eficiencia de sus comunicaciones entre los diferentes departamentos, especialmente en cuanto a la producción de muestras, que muchas marcas se han visto obligadas a interrumpir en tiempos de confinamiento.

La diseñadora Mhairi Bannerman desarrolla las prendas técnicas de Helly Hansen en el equipo de esquí y vela, y es una pieza clave en la adopción de la tecnología 3D dentro de la empresa. «Para empezar (durante la pandemia), nuestro principal problema era que no conseguíamos muestras en absoluto o se retrasaban meses. Ahora, el 3D Connector de Centric nos ayuda con la comunicación y podemos buscar soluciones en el último momento, algo que antes era imposible. Por ejemplo, si una muestra física no está disponible o no queremos esperar semanas a que llegue un prototipo, podemos crear una versión en 3D en cuestión de horas», explica.

¿Cómo se embarcó Helly Hansen en esta aventura?

## PRODUCTOS PIONEROS PARA PROFESIONALES DE OUTDOOR

Helly Hansen fue fundada en 1877 en Noruega por el capitán de barco Helly Juell Hansen y su esposa Marguerite, que descubrieron una forma efectiva de proteger a los marineros y pescadores del agua y el frío en el duro clima noruego. Iniciaron un negocio de venta de chaquetas, pantalones, chubasqueros y lonas impermeables de lino grueso impregnadas en aceite de linaza. Más de 140 años después, Helly Hansen nos sigue protegiendo de la intemperie. Hoy en día, los equipamientos de Helly Hansen son utilizados por profesionales de la navegación, el esquí, el alpinismo y la construcción, así como por amantes de la naturaleza de todo el mundo que disfrutan de las actividades al aire libre.



## DESAFÍOS

- + Un PLM heredado que ya no se ajustaba a sus necesidades.
- + Armonización de datos y procesos con la nueva marca (MUSTO).
- + Problemas con el control de versiones y uso de múltiples herramientas de software.
- + Falta de visibilidad entre los equipos y departamentos.
- + Un rápido crecimiento que aumenta la carga de trabajo y la complejidad del desarrollo de productos.

Helly Hansen tiene una larga lista de innovaciones pioneras en el mercado, desarrolladas gracias a la experiencia de quienes trabajan y se recrean en los entornos más duros del mundo, entre las que se incluye el primer material de forro polar en 1961 y las primeras capas base técnicas que absorben la humedad en 1970. Siguiendo esta tradición de innovación de productos, la ropa contemporánea de Helly Hansen dispone de una capa exterior única impermeable y transpirable, Helly Tech®, que mantiene las moléculas de agua en el exterior además de permitir que el vapor del sudor pase a través de ella. Más recientemente, en 2020, la marca lanzó su línea Mono Material, una colección 100 % reciclable cuyas prendas cuentan con una fabricación de material singular que reduce los desechos, al permitir el reciclaje de prenda a prenda.

## DESAFÍOS TEMPRANOS

Helly Hansen contaba con una solución de PLM antes de adquirir MUSTO, pero la empresa crecía a una gran velocidad y persistían las dificultades para controlar las versiones y la falta de integración en múltiples plataformas. Cuando el grupo Helly Hansen adquirió MUSTO, hubo una clara oportunidad de empezar de nuevo.

## SOLUCIÓN RÁPIDA LISTA PARA USAR

Helly Hansen implementó el PLM Centric 8 en tan solo seis meses mientras se fusionaba con MUSTO, y uno de los mayores beneficios iniciales para la empresa fue la velocidad y facilidad de uso del software, así como la capacidad de integrar ambas marcas en un sistema.

«La interfaz es increíblemente rápida comparada con cualquier cosa que hayamos visto antes», asegura Diener. «Nos da la opción de crear vistas personalizadas y ver la información como y cuando queramos. Una vez que los expertos de Centric se encargaron de la configuración inicial, pudimos configurar el sistema nosotros mismos y realizar los cambios que los usuarios requerían».

«Los consultores de Centric realizaron un análisis global exhaustivo de nuestra situación y adaptaron de forma segura las posibilidades de solución e integración a nuestras necesidades. Puesto que el PLM de Centric es tan rápido y fácil de usar, los usuarios pueden hacer un trabajo más minucioso, crear más productos y mejorar la supervisión de la calidad. Somos una marca impulsada por la calidad y centrada en la innovación, por lo que esto es fundamental».

## ADAPTÁNDOSE A NUEVOS RETOS

El poder de Centric PLM se ha consolidado realmente durante la pandemia de COVID-19, durante la cual Helly Hansen ha tenido que mantener su producción de muestras a pesar de las restricciones paralizantes. La solución: Centric 3D Connect.

Mhairi Bannerman describe las consecuencias de las perturbaciones del mercado en 2020: «Al inicio de la pandemia, en las reuniones de ventas, nadie tenía muestras... Hacemos muchas rondas de prototipos y, si perdemos una de esas rondas por falta de tiempo, normalmente tenemos que cancelar el modelo o posponerlo hasta la próxima temporada, ya que no podemos producirlo sin un número determinado de prototipos».

Con el fin de mejorar la claridad de la comunicación y dejar menos margen de error, en la próxima reunión de ventas digitales de la empresa se utilizarán renderizados en 3D creados dentro de Centric 3D Connect.

«En comparación con un dibujo en dos dimensiones, la renderización en 3D está muy adelantada y nos permite comunicarnos mucho más fácilmente con los proveedores desde el principio», afirma Mhairi. «Es un proceso mucho más eficiente, ya que de repente ves exactamente lo que el diseñador tiene en mente, no una interpretación artística de un boceto ilustrado. Ves las proporciones y tamaños de los diferentes elementos y dónde deben estar las líneas de corte. Así que no solo podemos ver los prototipos en 3D semanas antes de que los físicos estén disponibles, sino que la iteración final va a estar adelantada con respecto a lo que habría estado anteriormente».



## APOYANDO LA SOSTENIBILIDAD

La reciente perturbación de las cadenas de suministro también ha hecho que los consumidores sean mucho más conscientes de dónde se obtienen los productos y cómo se fabrican. Mejorar la transparencia entre la empresa y el consumidor siempre ha sido un objetivo primordial para Helly Hansen, y Centric apoya sus iniciativas de sostenibilidad.

Según comenta Mhairi: «Creo que los países nórdicos son uno de los principales impulsores de la sostenibilidad en general, ya sea mediante el uso de lo digital o de otro tipo. Creo que aquí la gente está muy conectada con la naturaleza y es más consciente de la preservación del medioambiente. En el mundo actual, todas las marcas deberían esforzarse por ser más sostenibles. En Helly Hansen, nos esforzamos por ser tan sostenibles como sea posible».

## UN NUEVO MUNDO DE POSIBILIDADES

Si Helly Hansen ha aprendido algo en los últimos seis meses es que ahora la tecnología 3D es una parte crucial del proceso de muestreo, y las marcas ya no pueden pensar en el 3D como «un experimento al margen».

«El 3D necesita crecer dentro de la empresa. Y de la mano del 3D viene el potencial de los showrooms digitales y la realidad aumentada», asegura Mhairi. «El 3D ha abierto un nuevo mundo de posibilidades; son tiempos emocionantes a pesar de la situación actual que vivimos en todo el mundo. Se ha iniciado algo que empieza a dar sus frutos y creo que saldrán algunas cosas buenas de esta situación tan difícil».

## RESULTADOS

- + Resumen de todos los datos con un solo clic.
- + Se elimina la mentalidad de silos al mejorar la visibilidad entre los equipos.
- + Usuarios capaces de manejar mayores cargas de trabajo y cumplir con los plazos más fácilmente.
- + Se mejora la supervisión de la calidad, crucial para los objetivos de la marca.
- + Se evitan reuniones, correos electrónicos y retrasos en espera de información.
- + El uso de la innovadora tecnología 3D mejora drásticamente la velocidad y la precisión.



PODEMOS CREAR  
UNA MUESTRA 3D  
EN CUESTIÓN  
DE HORAS.



## ACERCA DE HELLY HANSEN

Fundada en Noruega en 1877, Helly Hansen es líder en ropa técnica de navegación y de esquí, así como en indumentaria de trabajo de primera calidad. Gracias a la experiencia adquirida al vivir y trabajar en los entornos más duros del mundo, la empresa ha desarrollado una larga lista de innovaciones pioneras en el mercado, como los primeros tejidos flexibles e impermeables hace más de 140 años. Otros avances incluyen las primeras prendas de forro polar en la década de 1960, las primeras capas base técnicas en la década de 1970, hechas con la tecnología Lifa, y el sistema de regulación de la temperatura H2Flow™, premiado y patentado en la actualidad. Más recientemente, para el AW20 la marca lanzó Lifa Infinity Pro, una membrana totalmente impermeable y transpirable que repele el agua de forma natural y permanente, por lo que nunca necesitará una puesta a punto con un tratamiento químico.

Más de 55 000 profesionales confían en sus uniformes de esquí, que pueden encontrarse en las Olimpiadas, los Equipos Nacionales y en más de 200 estaciones de esquí y operaciones de guía de montaña en todo el mundo.

La ropa de montaña, las capas base, la ropa deportiva y el calzado de Helly Hansen se venden en más de 40 países y gozan de la confianza de los profesionales y aficionados de las actividades al aire libre de todo el mundo. Para obtener más información sobre las últimas colecciones de Helly Hansen, visita [www.hellyhansen.com](http://www.hellyhansen.com).

## ACERCA DE CENTRIC SOFTWARE

Desde su sede central en Silicon Valley, Centric Software proporciona una plataforma de transformación digital para las marcas más prestigiosas de moda, retail, calzado, lujo, material deportivo y bienes de consumo, incluyendo cosméticos, belleza y alimentación y bebidas. Centric 8, 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 colecciones adaptados a sectores de consumo en constante cambio. Centric SMB, la solución de PLM para pymes, incluye una tecnología innovadora y conocimientos clave del sector dirigidos a empresas emergentes. La plataforma de innovación visual Centric VIP ofrece una nueva experiencia digital y completamente visual que mejora la colaboración y la toma de decisiones. También incluye los paneles digitales Centric Buying Board, que transforma las sesiones internas de compra y aumenta el valor de venta, y Centric Concept Board, que fomenta la creatividad y la concepción de productos. 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.



[www.centricsoftware.com](http://www.centricsoftware.com)