



El papel de las multinacionales en la innovación en España





P&G

El camino para hacer las cápsulas 3-en-1 de Ariel una realidad



Crear nuevas realidades para los consumidores requiere un entendimiento profundo de lo que impulsa el comportamiento del consumidor. La capacidad de P&G para crear soluciones para el consumidor aparentemente imposibles se basa en su dedicación para mejorar y simplificar las tareas cotidianas de los consumidores. Pero ¿cómo consiguen que innovaciones cómo esta lleguen a existir?.

Crear nuevas realidades para los consumidores requiere un entendimiento profundo de lo que impulsa el comportamiento del consumidor. La capacidad de P&G para crear soluciones para el consumidor aparentemente imposibles se basa en su dedicación para mejorar y simplificar las tareas cotidianas de los consumidores. Pero ¿cómo consiguen que innovaciones cómo esta lleguen a existir?

EL RETO

P&G sabe que los mejores productos son aquellos que son eficaces y los consumidores encuentran más fácil y agradable de usar. Sin embargo, un tercio de los consumidores dicen sentir temor llegado el momento de lavar la ropa.

Hay retos a los que enfrentarse como verter el detergente líquido en la Arielita, sostener las pesadas botellas de detergente y el complicado arte de medir la cantidad correcta de detergente según el tipo de ropa que se quiere lavar, no es de extrañar que los consumidores puedan sentirse confundidos. Agua caliente, agua fría, máquinas de carga superior, máquinas de carga frontal, grandes cargas, cargas pequeñas, colores, blancos, delicados, sintéticos, algodón - hay más de 900 tipos de lavado en todo el mundo. Las cápsulas 3-en-1 de Ariel han transformado este complicado proceso de pensamiento en una tarea, virtualmente, de un solo paso, sin sacrificar la eficacia de limpieza que los consumidores esperan de los productos de P&G.

Individualmente, cada aspecto del desarrollo de las cápsulas Ariel 3-en-1 representaba un enorme desafío para el equipo de investigación y desarrollo de producto, en su conjunto el proyecto era monumental. Para desarrollar la película transparente de la cápsula, P&G necesitaba combinar innovadores avances de la ciencia en una ejecución única. Esta tenía que ser:

- Avanzada: Concentrar el detergente líquido 16 veces su volumen normal.
- Precisa: Mantener la calidad y la eficacia del producto a lo largo de todo el proceso de fabricación.
- Versátil: Cumplir rápidamente con las regulaciones y requerimientos del mercado en todas partes del mundo.



Desde el punto de vista técnico las cápsulas de Ariel 3-en-1 contienen hasta 30 ingredientes que son precisamente diseñados para trabajar juntos y proporcionar un rendimiento insuperable eliminando manchas, devolviendo la luminosidad a los tejidos y dejando un aroma agradable. La fórmula tenía que ser:

- Compacta: Integrar todo el poder del detergente líquido en una sola cápsula –dos veces más pequeña que una dosis estándar.
- Dinámica: Asegurar que la fórmula del detergente líquido no disuelve la película que la envuelve.
- Versátil: Crear una fórmula que funcione óptimamente en todas las condiciones

de lavados, en todas partes del mundo, incluyendo diferentes temperaturas, tipos de cargas, lavadoras y diferentes cantidades de agua.

- Estable: Diseñar compartimientos que permanezcan separados, manteniendo su estructura hasta que la cápsula se disuelva durante el lavado, permitiendo al detergente, las enzimas que eliminan las manchas y el iluminador óptico, trabajar juntos para un máximo rendimiento.

HACIENDO LA INNOVACIÓN UNA REALIDAD

Entendiendo en profundidad las necesidades globales de los consumidores, así como las distintas condiciones de lavado que existen, ha sido posible materializar toda esta investigación en una innovación de producto que ha logrado simplificar el proceso de toma de decisiones del lavado de ropa en una sola cápsula, fácil de usar, haciendo el lavado algo mucho más sencillo. Para que P&G hiciera que la cápsula de lavado Ariel 3-en-1 fuera una realidad, se necesitaron 8 años, se hicieron cientos de prototipos, más de 6.000 pruebas con consumidores, 8 toneladas de coladas, 50 patentes y la colaboración con universidades, académicos y socios industriales.

La cápsula está hecha de una película de alcohol polivinílico soluble en agua. Debe ser lo suficientemente fuerte para resistir el transporte, estable para aguantar meses guardada pero también que se disuelva rápido en una lavadora. «Eso implicaba que necesitábamos un detergente con poco contenido de agua», asegura Annick Vandeputte, científica principal del Centro de Innovación de Bruselas de P&G. «Su composición tiene menos de un 10 % de agua». La cápsula mantiene los ingredientes separados en tres cámaras hasta que se combinan en el lavado.

Los consumidores que buscan que su ropa parezca nueva durante más tiempo y que el detergente sea fácil de usar están encantados con las cápsulas, incluso estudiantes o personas con discapacidad visual que puedan tener problemas a la hora de medir las cantidades.

También tiene otras ventajas. La sostenibilidad es un objetivo importante para P&G: una cápsula supercompacta utiliza menos detergente en cada lavado y, además, los ciclos rápidos y con agua más fría son mejores para la ropa y gastan menos energía.

CÓMO HACER LA DIFERENCIA

Antes de las cápsulas de Ariel 3-en-1, no existía ninguna formulación que pudiese funcionar en las condiciones de lavados tan variadas que existen en todo el mundo. El reto de integrar todas las funciones claves de un detergente dentro de una pequeña cápsula también representaba una oportunidad para mejorar el rendimiento del producto. La reducida cápsula de Ariel funciona

en más de 900 tipos de lavado, eliminando la frustración que siente el consumidor al enfrentarse a lavar la ropa. P&G sabe que la conveniencia no es suficiente por sí misma. En su lugar, combinando conveniencia con el rendimiento del producto para que limpie, cuide y proteja los tejidos, es lo que encanta al consumidor y explica el éxito de las cápsulas de Ariel 3-en-1.

Entendiendo al consumidor desde todos los ángulos posibles para tener una perspectiva completa de sus necesidades en un mundo que evoluciona, combinado con programas de investigación científica sofisticados, trae como resultado productos de calidad y valor superior que transforman la vida de los consumidores. Es así como P&G trae la ciencia a la vida.





La actividad de las multinacionales extranjeras es esencial en el desarrollo económico y social de España.

