



Un lema icónico, una *identidad sensorial*
en red nacional

Cómo traducimos **Never Stop Exploring** en una identidad
olfativa operable, presente en la red de tiendas en México
desde 2022.





EL PUNTO DE PARTIDA

“¿A qué huele *The North Face*?”

No buscábamos un aroma agradable de catálogo. Buscábamos traducir una marca —montañas, bosques, senderos húmedos, la promesa de la exploración— a un lenguaje olfativo propio, y sostenerlo idéntico en cada tienda del país.

2022 → 2026

Cuatro años de relación continua, del piloto a la expansión.

1 odotipo

Una sola firma para toda la red — máximo recuerdo de marca.

Red nacional

Despliegue multisede con operación y mantenimiento estandarizados.



EL RETO

Un aroma no basta.
Tiene que ser el mismo
en todas partes.

Congruencia

Que el aroma se sienta como una extensión natural de la tienda, no como un perfume añadido.

Consistencia

La misma experiencia en cada sucursal, sin importar ciudad ni tamaño del espacio.

Continuidad

Presencia ininterrumpida en horario comercial, sin depender del personal de tienda.

Dos caminos *olfativos*

Cinco variantes desarrolladas bajo el Método CIS y presentadas en una cata estructurada. La marca eligió la frescura del bosque sobre la energía vibrante.

SELECCIONADO



EL VOCABULARIO OLFATIVO

Una identidad de *marca*

La firma final integró notas verdes, herbales y amaderadas. Cada una con un rol específico en la traducción sensorial del espíritu outdoor de **The North Face.**



Musgo

Profundidad terrosa. Evoca suelo de bosque y vegetación viva.

Cedro

Estructura amaderada. Aporta presencia firme y duradera en el ambiente.

Vetiver

Verde fresco. Da movimiento y aire libre al conjunto olfativo.

MÉTODO CIS

Diseñado con *método*. Validado con *datos*.

Neurociencia olfativa

Notas elegidas por su vínculo con memoria y emoción:
frescura, naturaleza, libertad.

Congruencia sensorial

El aroma como extensión coherente de la identidad visual y el
entorno de tienda.

Validación en piloto

Prueba en tienda referencia antes de escalar: percepción y
aceptación medidas con datos.

Operación estandarizada

Protocolo de instalación, recargas y atención de incidencias
definido desde el diseño.



EL VERDADERO INDICADOR DE ÉXITO

Una relación que sigue *ascendiendo*

2022

Pregunta y prueba piloto



Primer contacto y
mini-instalación en
tienda emblemática.

2023

Cata y decisión



Cinco variantes, una
elección razonada y
validación con datos.

2024-25

Despliegue nacional



Cobertura escalonada
de toda la red,
calibrada por espacio.

2026

La marca regresa



**Solicitud de un segundo
odotipo para un nuevo
concepto de tienda.**



EL RESULTADO

Un aroma que *la marca* ya considera suyo

Identidad reconocible

El aroma se percibe como parte del local, no como un añadido. La congruencia sensorial se logró.

Cobertura nacional

Experiencia uniforme en toda la red, con la marca posicionada como pionera olfativa en su categoría.

Operación confiable

Incidencias mínimas, resueltas dentro de SLA. Presencia continua del aroma sin intervención de tienda.



Olfativa®

Del arte sensorial, a la ejecución impecable

www.olfativa.com