

El Palacio de Hierro
SOY TOTALMENTE PALACIO®

Olfativa®

Palacio de Hierro

Olfativa®

CASO DE ÉXITO · RETAIL DEPARTAMENTAL DE LUJO

El lujo *también se respira*

Cómo operamos una fragancia de casa internacional como un estándar sensorial idéntico en toda la red nacional de tiendas.



RESUMEN EJECUTIVO

La *identidad de marca* también se respira

El Palacio de Hierro buscaba una experiencia de compra más inmersiva, alineada con su imagen de lujo, elegancia y exclusividad. El brief fue directo: que el aroma reforzara la sensación de sofisticación de la marca en cada tienda.

La fragancia partió de una casa de fragancias internacional. El proyecto —**y el valor de Olfativa**— fue la ejecución: convertir ese aroma en un estándar operable, con distribución, integración técnica, calibración y mantenimiento idénticos en cada tienda de la red.

SECTOR

Retail departamental de lujo

ALCANCE

Red nacional de tiendas

ROL DE OLFATIVA

Integración y operación multisede

Un aroma de este nivel no se elige de un catálogo. *Se compone.*

El Palacio de Hierro entiende la perfumería como obra de autor. En 2016 encargó su colección *Esencia de El Palacio* a **Rodrigo Flores-Roux** — el único perfumista mexicano en la élite de la perfumería internacional, autor detrás de fragancias de Tom Ford y Clinique — junto a Carlos Huber (Arquiste).

La firma sensorial que se respira en sus tiendas nace de ese mismo estándar: una composición exclusiva de casa internacional de perfumería, pensada para un solo lugar — no una fragancia genérica adaptada.

Así se crean las identidades que perduran: bajo dirección de perfumistas, no de difusores.

Fuentes públicas: [Travesías](#) · [Grazia](#) · [Fragrantica](#)





EL RETO

Que el lujo *se sienta igual* en cada piso, de cada tienda, del país.

Una marca que dice *Soy Totalmente Palacio* no puede oler distinto en Polanco que en Villahermosa. En retail de lujo, la coherencia entre sucursales no se nota individualmente — pero su *ausencia* sí.

Integración invisible

Difusión incorporada a la arquitectura y al sistema de aire, sin equipos a la vista. El aroma presente; la técnica, imperceptible.

Consistencia en red

La misma experiencia sensorial en cada sucursal y en cada departamento, sin versiones locales.

Continuidad sin fricción

Operación que convive con la actividad comercial diaria, sin interferir con la experiencia del cliente ni del personal.



El Palacio de Hierro

LA EJECUCIÓN · PARTE I · INTEGRACIÓN

Diseñar cómo se respira un espacio de lujo

Piloto en tienda insignia

Pruebas in situ de intensidad, cobertura y aceptación. Ajuste fino de la difusión, validado antes de escalar a la red.

Integración arquitectónica

Difusores incorporados a plafones y conectados al sistema de aire acondicionado: cobertura homogénea, equipos fuera de la vista.

Calibración por área

Intensidad y ubicación ajustadas a cada departamento y a las dimensiones de cada piso, para una lectura sensorial uniforme.



LA EJECUCIÓN · PARTE II · OPERACIÓN

Sostener el estándar, tienda por tienda, *mes a mes*

Despliegue escalonado

Implementación ordenada en toda la red nacional, con equipamiento adaptado al tamaño de cada tienda.

Recargas calendarizadas

Ciclo mensual de recarga por sucursal, planificado con el cliente y monitoreado por consumo de cada ubicación.

Técnicos asignados

Personal fijo por tienda para mantenimiento recurrente y atención de incidencias, sin carga para el personal de Palacio.

Estándar de expansión

El sistema de aroma se integra desde el diseño en cada nueva apertura de la cadena.

EL RESULTADO EN RED

Una red nacional. Un solo *lenguaje sensorial*.

Cada tienda opera con la misma firma —no una versión local—. El resultado es un activo de marca que el público reconoce sin pensarlo: la experiencia Palacio, idéntica en cualquier sucursal del país.

11

Tiendas de la red nacional
bajo operación

2016

Año de la colección de autor
Esencia de El Palacio

1×mes

Ciclo de recarga
calendarizado por sucursal

100%

Nuevas aperturas integradas
desde el diseño

"Las marcas AAA no pueden depender de improvisación sensorial. La ejecución es parte del diseño."

LA VOZ DEL CLIENTE

«Buscábamos un aliado comercial capaz de preservar la experiencia aromática que nuestros clientes perciben al ingresar a nuestras tiendas. Encontramos en Olfativa el conocimiento y la capacidad de ofrecer un servicio a la altura de El Palacio de Hierro, lo que nos brinda la tranquilidad de contar con un socio que proporciona una solución integral de aromatización, permitiéndonos enfocar nuestro talento en el core business de la compañía.»



Miguel Ángel Mata Gutiérrez

Gerente Consumos Internos · El Palacio de Hierro

¿Su marca exige este nivel de consistencia?

CONVERSAR CON UN CONSULTOR

Cómo se construye un programa así

Seis fases diseñadas para eliminar la incertidumbre: saber qué esperar, cuándo y qué métricas validan el avance.

01

Inmersión de marca

Posicionamiento, arquetipos de cliente y entorno físico.
No se diseña sin entender qué debe evocar cada espacio.

02

Desarrollo de odotipo

Perfumistas traducen el ADN de marca en propuestas con perfil sensorial documentado y justificación estratégica.

03

Validación técnica y sensorial

Estabilidad, intensidad y compatibilidad con los equipos.
Se certifica antes de escalar.

04

Piloto con métricas

Instalación en sede de referencia; percepción, cobertura y desempeño informan el despliegue completo.

05

Despliegue en red

Implementación simultánea o por fases, con protocolo estandarizado por tipo de espacio y región.

06

Gestión operativa continua

Monitoreo activo, recargas preventivas y reporte ejecutivo periódico. La identidad no se entrega: se opera.



SOBRE OLFATIVA

Arquitectura sensorial para *marcas multisede*

Olfativa diseña identidades olfativas con método, validación científica y capacidad de despliegue consistente en red. No somos un proveedor de aromas: somos la infraestructura olfativa de su marca.

Diseño

Cada odotipo se compone como pieza única, bajo dirección de perfumistas de las grandes casas de Grasse, con trazabilidad Seed to Scent.

Operación

Instalación, recargas, mantenimiento e incidencias bajo protocolo, en toda la red, todos los días.

Ciencia

Centro de Inteligencia Sensorial (CIS): neurociencia del consumidor y métricas de comportamiento en punto de venta.

+1,200

Puntos de difusión bajo gestión operativa activa

94%

Tasa de renovación anual en contratos enterprise

28

Estados de la República con servicio verificado

CONFÍAN EN OLFATIVA

Volvo · American Express · El Palacio de Hierro · Microsoft · Hyatt Zilara & Ziva · BMW · The North Face · Walmart · Cemex · SLS · Puerto Madero · Haven · Gran Premio de México

Certificación IFRA internacional · Acceso Grand Cru de Grasse · Proveedores Ecovadis Platinum



EL SIGUIENTE PASO

Su marca también puede operar su identidad. *Todos los días.*

El proceso inicia con un diagnóstico sin costo:

- Evaluación del espacio y de los puntos de contacto sensoriales.
- Análisis de la identidad de marca y del perfil de cliente.
- Propuesta de cobertura, equipamiento y modelo de operación en red.



SOLICITAR DIAGNÓSTICO

WhatsApp Negocios · [+52 998 151 6643](tel:+529981516643)

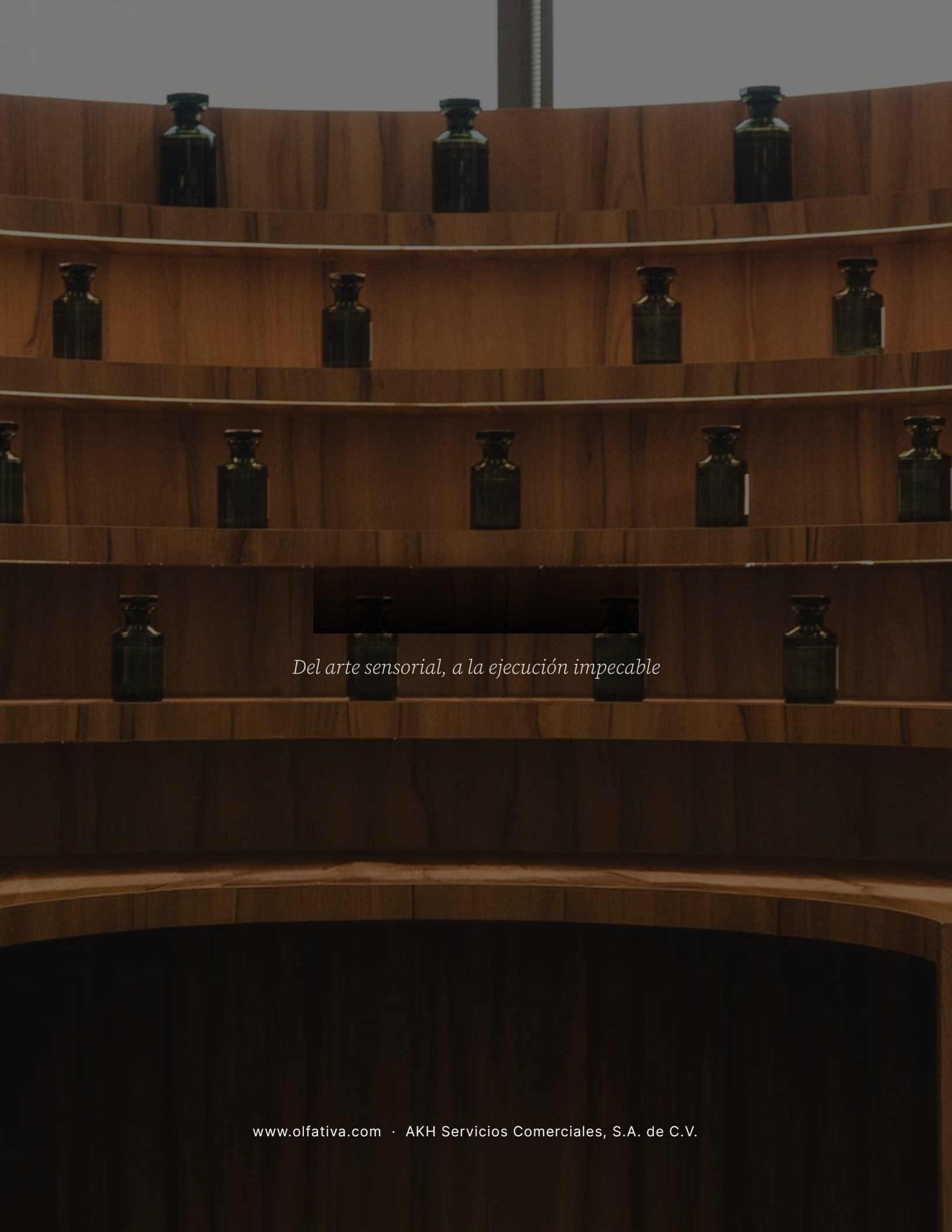
Formulario · olfativa.com/contacto

Teléfono · [+52 998 140 2380](tel:+529981402380)

www.olfativa.com

¿Le fue útil este caso? [Compártalo por correo con su equipo →](#)

"No contratan un aroma. Contratan certeza operativa."



Del arte sensorial, a la ejecución impecable