

<b>TODOPAPÁS</b>	Tirada:	<b>0</b>	Sección:	-	
	Difusión:	<b>0</b>	Espacio (Cm_2):	<b>511</b>	
-	Audiencia:	<b>0</b>	Ocupación (%):	<b>93%</b>	
-			Valor (€):	<b>0,00</b>	
	<b>01/02/2009</b>		Valor Pág. (€):	<b>0,00</b>	
			Página:	<b>10</b>	Imagen: <b>Si</b>



### El Aroma Marketing

Teniendo en cuenta que el procesamiento cerebral de las percepciones olfativas reside en parte en el sistema límbico que controla las emociones, la conducta y el almacenamiento de la memoria, no es tan raro comprobar que aromatizar una escuela con olor a talco puede ser positivo para el desarrollo de los niños.

Aromarketing, empresa pionera en introducir en España esta novedosa técnica de marketing -que normalmente se emplea para atraer clientes a las tiendas-, comprobó hace poco cómo los aromas influyen directamente en el comportamiento de los más pequeños.

"Es sorprendente -explica Maxi Iannini, Director Comercial de esta empresa- la gran

cantidad de solicitudes que recibimos para la implantación de aromas en los más diversos ámbitos. Es cierto que el caso de la escuela LAvet de Terrassa es el primer trabajo que realizamos para un centro especializado en niños, pero nos hemos encontrado que es un sector con muchísimas posibilidades porque, al igual que a los adultos, los aromas influyen directamente en el comportamiento de los más pequeños, ayudándoles de forma muy positiva en su desarrollo.

En el poco tiempo que llevamos trabajando para ellos, el personal docente del centro ha notado una evolución muy positiva en el comportamiento de los niños. La memoria olfativa actúa directamente en la percepción del ser humano y mucho más en los niños. Así, cada vez que toman contacto con el olor de las clases, evocan un recuerdo de bie-

nestar que les predispone a afrontar las actividades que se realizan en el centro con una actitud muy positiva. De hecho, los buenos resultados han originado que en los últimos días hayamos recibido más solicitudes de otros colegios".

### ¿Cómo funciona?

"Antes de crear un logo olfativo -comenta el Director Comercial de Aromarketing- el departamento de marketing lleva a cabo un completo análisis de la actividad del cliente y de sus necesidades. Una vez fijados los objetivos, nuestro equipo de perfumistas desarrolla distintos aromas con el fin de poder presentar al cliente varias alternativas, hasta encontrar la que más se ajusta a sus intereses. En este caso se ha escogido un olor a talco que proporciona una sensación de tranquilidad, beneficiosa en su estancia en el centro. Además del talco, otros aromas que influyen de manera muy positiva en los niños son todos aquellos que inconscientemente asocian con experiencias alegres como chicle, chupa chups, céspeced recién cortado..."

"Estoy totalmente convencido -añade Maxi Iannini- de que sería una buena idea que las guarderías y colegios se aromatizaran de manera especial, pues si trasladamos a los niños el beneficio que los aromas producen en los adultos, los resultados serán mucho mejores, además tenemos que tener en cuenta que los recuerdos olfativos perduran en nosotros a lo largo de los años.

También estamos trabajando con algunos hospitales y nos sentimos muy satisfechos de poder hacer agradable un lugar que en un principio produce un gran rechazo. Somos conscientes de las ventajas que nuestros productos proporcionan a la sociedad actual, tanto en el ámbito empresarial como en personal. Esto hace que cada día nos superemos en nuestro trabajo para cumplir las expectativas de cada uno de nuestros clientes y proporcionarles una respuesta eficaz a sus necesidades".

**Fuente:** Maxi Iannini, Director Comercial de Aromarketing, [www.aromarketing.es](http://www.aromarketing.es)

**Redacción:** Irene García