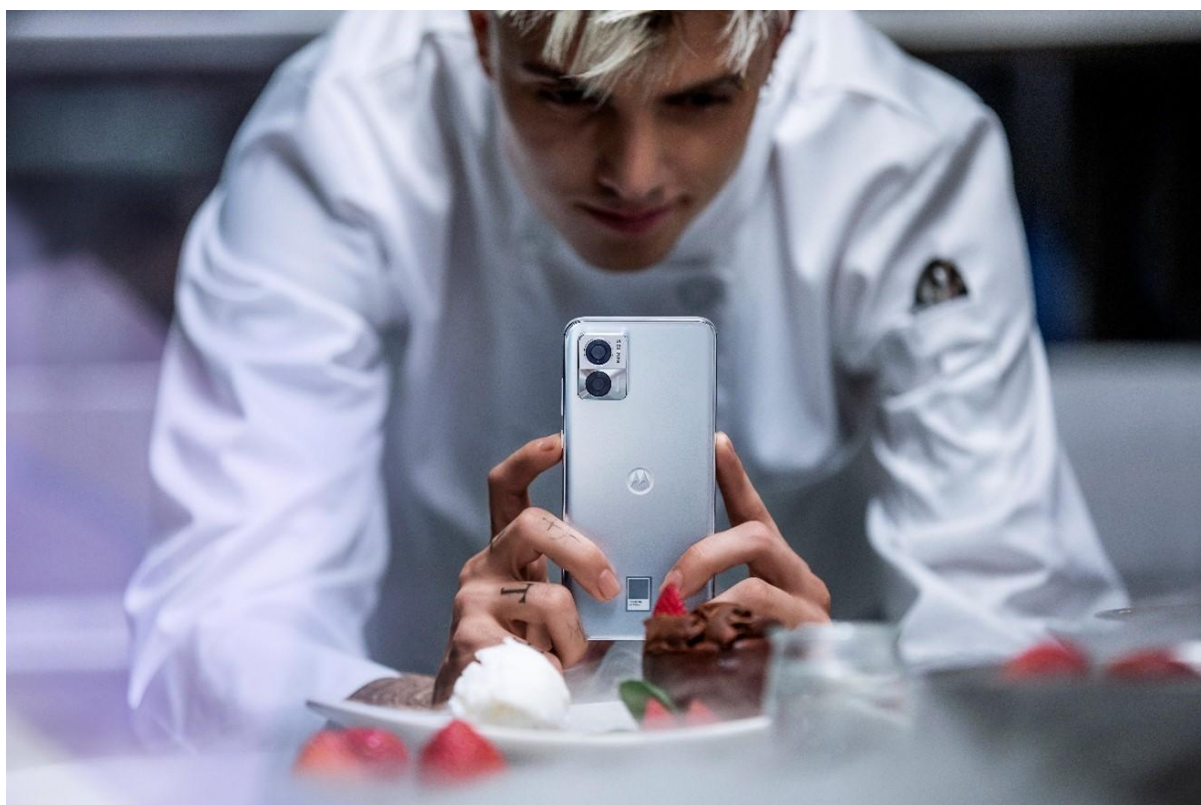




Descubre a qué huele un Motorola nuevo

Por primera vez en el sector, una marca de smartphone sorprende a los consumidores con una experiencia sensorial: una fragancia exclusiva de Motorola.



El ser humano es capaz de recordar el **35 % de lo que huele**, el 5 % de lo que ve, el 2% de lo que oye y el 1 % de lo que palpa, reveló hace años un estudio de [The Rockefeller University](#). Esto nos demuestra que el aroma es un factor importante al momento de presentarnos al mundo, es algo que está muy ligado a nuestro subconsciente y que puede cambiar completamente el impacto sobre determinada situación.

Si alguien te pregunta cuál es la sensación que tienes al estrenar algo, seguro viene a tu memoria el aroma característico que tiene un auto nuevo o el de ropa nueva. Pero ¿te has puesto a pensar qué aroma tendría una compra en tecnología? [Motorola](#) ha traído la respuesta y le ha puesto, por primera vez en la historia, una fragancia a la experiencia de abrir un smartphone nuevo.

A partir del más reciente lanzamiento de la marca de la nueva familia motorola edge, que incluye el motorola edge 30 Ultra, motorola edge 30 Fusion y motorola edge 30 Neo, los usuarios distinguirán el aroma a Motorola desde el momento en el que abren la caja. Todo esto se deriva de que, en conjunto con **Firmenich** - la compañía privada de fragancias y sabores más grande del mundo- Motorola ha creado su propia fragancia de marca. "En 2021, como parte de un proyecto sensorial de 360 grados, Motorola se asoció con

Firmenich para desarrollar una fragancia de marca que tradujera nuestros valores en este sentido adicional. Este proyecto nació en un programa piloto en Brasil y ahora Motorola está expandiendo este proyecto a otros mercados de todo el mundo”, comentó Renata Altenfelder, directora global de Brand de Motorola.

La marca también ha innovado de tal forma en que, a través de los sentidos, los consumidores puedan tener una experiencia de compra multi sensorial en la tienda, e incluso cuando compran en línea. La fragancia puede percibirse en las tiendas oficiales de la marca y en el empaque de dispositivos de los nuevos motorola edge. *“Esta exclusiva fragancia se ha desarrollado para traducir la visión de la marca, y crear innovaciones disruptivas al distinguir a Motorola. Desde el momento en que nuestros consumidores abren la caja, queremos crear un vínculo emocional entre ellos y su nuevo dispositivo a través de una experiencia sensorial que proviene de un lugar inesperado. Al igual que un nuevo aroma de coche aporta a los consumidores una percepción de frescura y confianza, Motorola está creando una experiencia sensorial que asocia innovación, calidad y sofisticación con nuestra tecnología. De esta forma Motorola ahora, no sólo conecta con la vista, el tacto y el oído; el olfato se convirtió en nuestro nuevo reto”,* agregó la ejecutiva.

Y entonces, ¿a qué huele Motorola?

Cada perfume constituye una pirámide olfativa y la fragancia de Motorola no es la excepción. La fragancia consiste en una mezcla compleja de aldehídos frescos, notas aromáticas y especias tónicas. Las notas de salida son aquellas que percibimos al principio; las notas base son las que, como su nombre lo dice, construyen la base de la fragancia y permanecen por días. En esta fragancia puedes encontrar en sus notas de salida notas frescas y acuáticas, que se combinan con una base densa de almizcle, ámbar y leña, mismas que aportan elegancia y a su vez naturalidad a la experiencia de tener un smartphone nuevo. La exclusiva fragancia Motorola, que se estima durará dentro de la caja un promedio de 90 días, es la combinación perfecta de sofisticación y tecnología.

El inicio de un gran proyecto

Como una casa de fragancias mundialmente reconocida desde 1895, Motorola confió en la experiencia de **Firmenich** para crear su fragancia, llevar a cabo investigaciones y pruebas con los consumidores y, en última instancia, implementarla en las fábricas de Motorola. *“Nos reunimos con el equipo técnico de Firmenich para discutir sobre la adaptación de fábrica para la aplicación de la fragancia, también sobre cuál sería la maquinaria más adecuada y eficiente, así como recomendaciones sobre el lugar de aplicación de la fragancia en el packaging y la dosis de fragancia necesaria”,* comentó Altenfelder. Firmenich pasó un año desarrollando la fragancia, incluyendo cuatro meses de pruebas e investigación cualitativa y cuantitativa en Brasil, China, Europa, Estados Unidos, India y Dubai, para conseguir la fragancia ideal. Hasta ahora el *feedback* ha sido extremadamente positivo. Una gran cantidad de consumidores encuestados en Brasil y México respondieron positivamente a la fragancia cuando abrieron las cajas, y en las tiendas de Motorola.

La fragancia de Motorola se podrá encontrar incluida en el empaque de los nuevos dispositivos motorola edge: motorola edge 30 ultra, motorola edge 30 fusion -también la nueva edición del color del año de Pantone: Viva Magenta- y motorola edge 30 neo en

determinados países del mundo. A partir de ahora, cada que percibas el aroma de Motorola podrás revivir una y otra vez la emoción de estrenar un celular.

[Descarga nuestro press box aquí](#)

Facebook: [@MotolnMEX](#)

Twitter: [@MotorolaMX](#)

Instagram: [@Motorola_mx](#)

TikTok: [@Motorola_mx](#)

Acerca de Motorola Mobility

Motorola tiene como propósito diseñar, crear y brindar innovaciones significativas, y así transformar la forma en la que las personas descubren, comparten y se conectan con el mundo que los rodea. Desde 1928, nuestra motivación ha sido lograr que la industria crezca. En Motorola, continuamente estamos buscando soluciones que les brinden a nuestros consumidores mejor acceso a los productos y servicios intuitivos necesarios para hacer que nuestro día a día sea más simple y mejor para todos

Contacto de prensa | [Burson Cohn & Wolfe](#)

Daniela Medel | daniela.medel@bcw-global.com

Cristofer Rosales | cristofer.rosales@bcw-global.com

Regina Herrera | regina.herrera@bcw-global.com