

Ravetllat Aromatics

Desde 1932, aportando valor a través de las fragancias



Que los aromas y fragancias forman parte de nuestra vida cotidiana, lo sabemos.

De lo que quizás ya no somos tan conscientes, es del trabajo, en el campo del olfato, que hay detrás de muchos de los productos que consumimos y de los lugares por los que nos movemos. Desde un helado a un espectáculo teatral, pasando por nuestra tienda de ropa favorita, todo lleva un elemento invisible creado para hacer los productos más deseables. A ello contribuye desde hace más de 80 años la empresa Ravetllat Aromatics, con sedes en Barcelona, Dubai y Méjico.

La evolución de tres generaciones

Con gran pasión por el trabajo a lo largo de tres generaciones, Ravetllat Aromatics ha conseguido, no sólo seguir en el mercado, sino haber mejorado, crecido y evolucionado en manos de la nieta de su fundador.

Su andadura se remonta a los años 30, cuando Josep Ravetllat empezó importando fragancias de una multinacional suiza. En los años 60 la empresa dio un salto importante, gracias a Ernest y Jordi Ravetllat, abandonando aquella representación, para embarcarse en la aventura de crear sus propios perfumes, así como productos de higiene personal y limpieza para clientes del sector industrial. Pero ha sido la tercera generación, con Silvia Ravetllat al frente, cuando la compañía ha hecho un avance en la modernización de su estructura como compañía y también de sus procesos, hoy totalmente mecanizados y altamente precisos, gracias a la incorporación hace ya más de una década de un robot de dosificación automática.

Se perfuma para intentar conquistar desde el olfato: también para vender más

Esta apuesta tecnológica permite actualmente a Ravetllat Aromatics ofrecer –en palabras de Silvia Ravetllat– “un producto muy cuidado y de gran calidad, avalado no sólo por nuestra trayectoria, sino también por todos los certificados exigibles en nuestro sector. Ello supone un esfuerzo importante en una empresa de nuestro tamaño y estamos orgullosos de poder ofrecer esta garantía a todos nuestros clientes. Nuestro sistema de gestión de la calidad está certificado con la ISO 2001:2008 aplicable al diseño y elaboración de fragancias y aromas alimentarios. Por todo ello, generamos confianza desde el diseño del perfume y/o aroma hasta su producción”.

Creatividad aromática y capacidad técnica

Lo primero que llama la atención al entrar en la sede de Barcelona es el colorido y la sensación agradable que te transmiten los frascos de colores con miles de fragancias. Un mar de sensaciones concentrado en pequeños recipientes que resumen lo variado y lo infinito que es el mundo de los olores. La



capacidad para entender lo que el cliente necesita es una de las claves de éxito de Ravetllat Aromatics. Para ello, explica su responsable, “nos esforzamos al máximo en ubicarnos en su producto y a partir de ahí nuestro equipo, con nuestros perfumistas y aromistas al frente, proponen la solución aromática más adecuada, uniendo creatividad, técnica y conocimiento de la industria. Nuestro trabajo consiste en mezclar diferentes materias primas aromáticas para conseguir una fragancia concreta, igual que un pintor mezcla colores para conseguir plasmar en un lienzo su idea. Detrás de todo ello hay un know-how importante y una vocación por estar al día en nuevas tendencias del mercado, en conocimiento de nuevas moléculas olfativas, en la selección de los aceites esenciales de mayor calidad... Podemos adaptarnos a la solicitud del cliente porque somos especialistas en lo que hacemos”.

La especialización y el conocimiento de Ravetllat Aromatics son muy importantes porque hoy en día todo se perfuma. “Se perfuma para intentar conquistar desde el olfato, pero también porque, de no hacerlo, el resultado final muchas veces sería un producto de olor poco agradable. Por ejemplo, en cosmética, el olor de algunos ingredientes naturales no suele gustar; y es fundamental tenerlo en cuenta porque ello condiciona la percepción que tenemos de un producto, ya sea en cosmética, productos para el hogar o como en alimentación”.

Marketing olfativo

Si hay algo que ha revolucionado el marketing en los últimos tiempos es la fragancia. Hace mucho tiempo que las empresas saben de la importancia de tener una buena imagen, de poner la música adecuada en los puntos de venta o de conseguir un eslogan que se recuerde. Pero cada vez más las marcas necesitan diferenciarse de la competencia en un mercado que no atraviesa sus mejores momentos. Y ahí es donde entra en juego un elemento novedoso y desconocido, el aroma, que cuenta con

Aportar la fragancia adecuada a cualquier producto o espacio es siempre un reto

algo muy importante a su favor: la sensación olfativa agradable y su recuerdo para siempre tienen que ver con la parte inconsciente del cerebro. Si una persona entra en un establecimiento y lo que huele le gusta, siempre asociará esa sensación positiva con la marca.

Y en Ravetllat Aromatics lo saben bien, porque desde hace unos años han apostado por desarrollar proyectos de marketing olfativo, creando fragancias que transmiten los valores de las diferentes marcas o empresas. Explica Silvia que “aportar la fragancia adecuada a cualquier producto o espacio es siempre un reto. Además resulta muy motivador trabajar en proyectos innovadores, como ha sido el de aromatizar obras de teatro para crear sensaciones 3D en el espectáculo. Estos proyectos te emocionan y te hacen evolucionar como empresa”.

Ilusión por el futuro

Apoiada en una trayectoria sólida, Ravetllat Aromatics encara el futuro con ilusión. “La ampliación de la sede de Barcelona ha renovado las ganas de seguir trabajando y creciendo en algo que nos apasiona. Un cambio como éste siempre es un reto complicado, pero el resultado es una planta de producción más cómoda y amplia, a la que unimos un laboratorio más equipado”.

Y no podemos olvidarnos de su apuesta por el crecimiento y la internacionalización. De hecho, el 25% de su producción ya se dedica a exportación y la empresa cuenta con una oficina propia en Dubai y otra de reciente apertura en México.

