Nélida Garfornina, propietaria de la herboristería Vida al Natural

“Lo que quiero es ayudar a que las personas estén mejor y contribuir a su bienestar”



La ilusión y la vocación de esta emprendedora la ha llevado a estudiar y formarse para poder abrir la ecotienda y herboristería Vida al Natural en un pueblo de la Comunidad de Madrid donde el asesoramiento formado y la atención al cliente son las claves de su filosofía

En mitad del centro urbano de San Agustín del Guadalix, en la travesía de Cuatro Calles, 19, se encuentra la ecotienda y herbolario ‘Vida al Natural by Nélida Garfornina’. Es en este gran pueblo de la Sierra Norte de Madrid que cuenta con 12.000 habitantes, donde Nélida Garfornina pudo cumplir su sueño de abrir un negocio propio.

Aunque Nélida compagina su “otra vida profesional” con la tienda, reconoce que su “pasión” es atender en el local y declara: “Desde muy joven quise tener un negocio dedicado a lo natural y por fin lo he conseguido”. Hace poco más de un año que inauguró ‘Vida al Natural’ en la sierra madrileña y está muy orgullosa de todo lo que ha conseguido desde entonces.

Esta emprendedora comenzó estudiando cosmética natural como un hobbie, porque tenía problemas en la piel y no quería aplicarse productos químicos. Empezó a hacerse sus propias cremas y descubrió que cada vez le gustaba más y empezó a soñar con dedicarse a ello profesionalmente. Para ello, continuó con su formación como formuladora de cosmética natural y al descubrir el poder de sanación de las plantas y los aceites esenciales, decidió dedicarle más tiempo a su estudio y se apuntó a distintos cursos y formaciones profesionales relacionadas con la herbolaria, la fitoterapia y la aromaterapia. Destaca que le gustó mucho estudiar en la escuela de Enrique Sanz Bascuñana y la recomienda para todos aquellos colegas que quieran continuar su formación, sobre todo en aromaterapia. Ella “sigue aprendiendo cosas cada día” y

“Las personas que acuden a la tienda se fían de mis consejos y de los de mis empleados porque saben que no les vamos a vender por vender”



reconoce que “su curiosidad no tiene fin”, por lo que continúa estudiando y empapándose de todas las novedades del sector.

ASESORAMIENTO Y SERVICIOS

Lo que empezó siendo un entretenimiento se ha convertido en su gran pasión y aunque no puede dedicarle todo el tiempo que le gustaría a la tienda porque todavía no “ha despegado del todo” en un futuro no muy lejano le gustaría dedicarse enteramente a ella y mientras, cuenta con la ayuda de dos profesionales del sector, Mario y Emilio. Gracias a ellos puede mantener el horario de 10:00 a 14:00 horas y de 17:00 a 20:00 horas de lunes a viernes y los sábados por la mañana: “Hoy en día, yo sola no podría atender la tienda porque todavía no da suficientes ganancias como para poder dejar mi trabajo de oficina”, declara Nélida.

Como profesional del sector, considera que la formación es fundamental para estar detrás del mostrador y asesorar correctamente a los clientes. “Las personas que acuden a la tienda se fían de mis consejos y de los de mis empleados porque saben que no les vamos a ‘vender por vender’ porque esa no es mi filosofía, yo quiero ayudar a que estén mejor y contribuir a su bienestar”, declara esta emprendedora muy rotundamente.

Mario que atiende el negocio por las mañanas, es nutricionista y dietista, por eso, en la tienda pueden cuentan con un servicio de nutrición que ofrece asesoramiento alimentario y dietas personalizadas. Por las tardes, Emilio, formado en herboristería continúa atendiendo y asesorando a la clientela con gran vocación, porque los tres son “profesionales muy entregados”.

PRODUCTOS DE TODOS LOS LABORATORIOS

Este local de 60 metros cuadrados alberga una gran exposición de productos divididos por secciones y un pequeño almacén para reponer las estanterías con los productos básicos. Su gran escaparate permite mostrar una buena selección de cada apartado.

Nélida reconoce que trabaja con todos los laboratorios porque lo que a ella le interesa es la formulación del producto y no la marca: “A algunos laboratorios sólo les compro un solo producto de todo su catálogo “. Su manera de trabajar es muy simple, habla con sus clientes y les preguntan lo que necesitan y conforme a ello, estudia qué formulación y de qué laboratorio le conviene tomar el preparado. Cuando alguien no sabe que tomar o lo ve indeciso, primero le da una muestra del producto en sí y después de haberlo probado, cuando el cliente vuelve, le vende el artículo. “Cada persona necesita una concentración diferente según sus necesidades, nunca recomiendo, de entrada, ni el que tiene más ni el que tiene menos, siempre opto por una media. Una vez que lo acaba, analizo junto con el cliente si esa concentración era la adecuada o necesita cambiarla”.

“Cada vez hay más preocupación por el medio ambiente y la sostenibilidad”

ORGANIZACIÓN POR SECCIONES

Respecto a las secciones que tienen en la tienda, todo está muy bien organizado y separado por expositores. Cuenta con una amplia gama de cosmética natural que incluye perfumes, labiales, cremas, esmalte de uñas, velas de tratamiento para la piel y un largo etcétera. En las estanterías frontales tiene todos los productos de alimentación ecológica que incluyen productos de proximidad tanto sólidos como líquidos. Nélida explica que lo que más vende de esta sección





> **“Lo que más cuesta es hacer comprender a los clientes que los productos naturales no son una fórmula mágica”**

es la jalea real y la miel que tiene de varias denominaciones pero “siempre ecológica” y cree que los quesos veganos “están de moda” por lo que cuenta con una variedad de los mismos, sobre todo destaca el queso de anacardos.

En la parte del herbolario tiene tisanas, suplementos nutricionales para todas las edades, tratamientos para la piel, productos para la casa, bombas de baño, limpiadores, etc. Lo más demandado de esta sección son productos de nutrición complementaria “sobre todo magnesio y colágeno” pero también la propietaria destaca la venta de productos para bajar el colesterol como la levadura roja y todo tipo de tisanas, “Me gusta recomendar y vender la marca gallega de tisanas Orballo porque además apoyar el producto español, tiene mensajes inspiradores en cada caja”, comenta Nélida.

Como curiosidad cuenta que dentro de la sección de limpieza ecológica y biodegradable lo que más vende son los estropajos vegetales porque a los clientes les preocupa cada vez más la sostenibilidad y una vez usados, se entierran bajo tierra y se descomponen, así que no generan residuos. Lo mismo pasa con los perfumes y los cosméticos, la gente viene con sus envases para no seguir comprando y desechando los desperdicios de los envases. “Cada vez hay más preocupación por el medio ambiente y la sostenibilidad”, afirma Nélida.

Por último, también tiene una gran variedad de productos para mascotas y para regalo entre los que destacan los sacos de semillas, las lámparas de coco y catalíticas, productos para el baño y distintos detalles de cerámica.

FIDELIDAD FRENTE A LA COMPETENCIA

La clientela de Vida al natural es muy variopinta y a ella acuden personas de todas las edades y condiciones pero la propietaria reconoce que las mujeres de mediana edad son las que más acuden a su tienda: “Mujeres entre 30 y 50 años que sobre todo compran remedios para ellas pero también para toda su familia”. También afirma que cada vez saben más de los productos que quieren y están mejor informados hoy, pero a ella la escuchan y se declara muy orgullosa de tener clientes muy fieles.

“Lo que más cuesta es hacer comprender a los clientes que los productos naturales no son una fórmula mágica, que curan de forma inmediata, son compuestos que hay que tomar durante varios meses para ver los progresos”. Poco a poco lo va consiguiendo y los clientes vuelven y se adhieren a los productos que aconseja.

Su competencia más cercana son las dos farmacias con las que cuenta el municipio porque “cada vez venden más productos de herbolario”. Cree que las personas que van buscando medicinas, compran artículos naturales y complementos sin estar debidamente asesorados porque los profesionales de lo ‘natural’ son los herboristas y no los farmacéuticos. Por eso apuesta al cien por cien por la atención al cliente y confía en que la formación y el asesoramiento que ofrecen haga que vayan al herbolario a comprar ese tipo de productos.

Para poder competir con el tráfico de personas que generan las farmacias y darse a conocer ha implantado un servicio de punto de mensajería en el local “de esta forma, consigo que vengan a la tienda un montón de personas que de otra manera no vendrían, doy a conocer el negocio y de paso, genero otra línea de negocio, que siempre viene bien”, declara la dueña de ‘Vida al Natural’.

En un futuro no muy lejano, para seguir fidelizando y creciendo, quiere empezar a dar talleres y cursos para todos los habitantes del pueblo. Además, acaba de poner en marcha su página web en la que ofrece venta online pero, para ella, es algo secundario porque prefiere vender “cara a cara” ya que lo que más le gusta es sin duda la atención personalizada al cliente. Lo mismo opina de las redes sociales, le gustan para darse a conocer y presentar productos, pero lo que quiere es que la gente vaya a su ecotienda. “Internet es peligroso y puede acabar con la venta al por menor del herbolario pero seguiremos luchando para que la atención personalizada nos permita subsistir”, concluye Nélida.