Gema Encinas, responsable del herbolario Bio Berri

“Sobrevivir es el gran reto del sector de la herboristería”



Esta herboristería abrió sus puertas en San Sebastián hace un año, pero su dueña tiene casi medio siglo de experiencia en el sector y esa es su principal fortaleza. Bio Berri forma parte de una iniciativa familiar en la que Gema trabaja junto a sus hijos, dando continuidad a una trayectoria que comenzó hace décadas. Ha visto cómo han cambiado sus clientes y cómo ha aumentado la competencia. No obstante, la familia tiene claro su propósito: seguir adelante.

En el número 2 de la calle Carmelo Etxegarai, en San Sebastián, abrió hace alrededor de un año Bio Berri, un herbolario regentado por una familia que lleva casi cinco décadas dedicada a este sector. Su nombre y su ubicación son nuevos, pero cualquier vecino que lleve tiempo en el barrio conoce a Gema Encinas, su titular.

Su primer contacto con el mundo de la herboristería fue hace 48 años, cuando ella y su marido abrieron el herbolario Parashá. Después se dedicaron a la distribución y, hace 36 años, abrieron una de las primeras ecotiendas de la ciudad: Basmati. Sigue abierta, igual que Alea, que llegó ocho años más tarde. Hace cinco años, además, se hicieron cargo de Naturetxe. “Todo esto se ha convertido en un negocio familiar. Amigos de otras tiendas han ido dejándolas y nos las han alquilado. Mis hijos se han animado a asumir su gestión y yo estoy en todas, como haría cualquier madre”, explica Gema a la revista mi herbolario.

Naturetxe es precisamente la tienda que trasladaron hace un año. Estaba en una zona de soportales, bastante oscura, y justo al lado había un bar con terraza que dificultaba el paso. Por eso, cuando cerró la juguetería de enfrente, vieron la oportunidad de mudarse a un espacio mejor. También aprovecharon para estrenar el nombre: Bio Berri.

Así, Bio Berri abrió sus puertas en una nueva ubicación y, para Gema, el cambio ha sido todo un acierto. "Al estar más visible invitas a entrar a la gente que va de paso, pero además ahora hay un entorno muy agradable y una luminosidad muy bonita", comenta Gema. "Hemos puesto la tienda muy acogedora, entran incluso niños, y a los clientes les gusta mucho. A mí me encanta el hecho de que hay puntos donde la gente se queda hablando, y eso quiere decir que están a gusto", añade.



"En un momento en el que ya no te diferencia nada, el asesoramiento personalizado es vital"

SU EXPERIENCIA. FORMACIÓN Y ASESORAMIENTO, SU MEJOR BAZA

Aunque con otros establecimientos y nombres, esta familia lleva toda la vida en el barrio y los vecinos la conocen, por lo que no dudan en acudir a sus tiendas cuando necesitan asesoramiento. Además, Bio Berri cuenta con un equipo formado por personas con muchos años de experiencia, del que Gema está muy satisfecha. La tienda ofrece servicios complementarios y cuenta con médicos, nutricionistas y masajistas especializados en tratamientos de salud, deporte o bienestar. A ello se suma la atención directa en tienda, de la que también forma parte Gema.

La responsable de Bio Berri tiene claro que esa experiencia y la formación es uno de sus puntos fuertes, porque asegura que, en San Sebastián, donde existen muchas otras tiendas ecológicas y herbolarios, resulta muy difícil diferenciarse de otro modo. "Estamos en un mundo de caos. Ahora mismo tenemos un Veritas al lado y es una pena, porque traíamos todo fresco y a muy buen precio. Pero mucha gente se fija mucho en unos céntimos de diferencia. Esto ya no es como antes. Muchas personas vienen porque nos conocen, pero otras nos piden asesoramiento y luego compran por internet. Incluso hay quien viene a preguntar para qué sirve algo que ha comprado en otro lado. Hay que tener mucha paciencia", lamenta.

En sus palabras, hoy en día cuesta mucho mantener una clientela fiel. "Te machacas, te cansas, te explicas y, luego, si te he visto no me acuerdo", afirma Gema Encinas. Por ello, considera que la experiencia es su mayor baza. Para la dueña de Bio Berri, ofrecer asesoramiento personalizado en una época en la que muchas personas priorizan las compras por internet es vital. Se trata de transmitir conocimiento y confianza: de no ser así, difícilmente alguien entrará a pedir consejo.

LA CLIENTELA Y EL PASO DEL TIEMPO

Ahora cuesta mantener la fidelidad de ciertos clientes, pero también ha cambiado su perfil. Cuenta Gema que hace medio siglo había dos tipos principales de compradores: quienes estaban enfermos y quienes se mostraban más abiertos a probar cosas nuevas. Pone como ejemplo el veganismo, tan habitual ahora y tan poco frecuente por aquel entonces.

Por otro lado, recuerda las muchas veces que, a lo largo de su carrera profesional, ha aconsejado a su clientela buscar productos ecológicos y no solo integrales. "Es mejor apostar por lo ecológico o biológico, porque te va a dar una garantía de calidad. Hay que buscar cosas limpias, como la fruta, que quizá no tenga un aspecto maravilloso, pero sí lo es su sabor. Que esté libre de pesticidas", explica.

La responsable de Bio Berri recuerda una anécdota de hace tiempo. "Una vez vino una señora con un huevo dentro de un vaso, diciéndome que era muy amarillo. Le dije que ella estaría acostumbrada a comer huevos que han cogido el color de los colorantes que le echan a los piensos, pero que ese color amarillo era el color real del huevo. Da igual tener gallinas sueltas si luego les das un pienso malo. Hay que dejar que coman hierba y gusanitos, o darles pienso bio", afirma Gema Encinas.

Todo esto, sin embargo, hay que repetirlo cada vez menos, porque quienes entran en Bio Berri están cada vez más

“Hoy en día, el consumidor sabe mucho más pero también exige mucho más”







“Es mejor apostar por lo ecológico o biológico, porque te va a dar una garantía de calidad”

informados. Con el paso de los años, Gema ha visto pasar por sus tiendas hasta tres generaciones de algunas familias del barrio. “Los he visto en las barrigas de las madres y ahora ellos ya son padres o madres también; eso me gusta mucho”, comenta Gema. En esta zona de San Sebastián también hay numerosos vecinos nuevos a los que va conociendo y, en general, una clientela muy informada.

A su parecer, el cliente sabe mucho más que hace unos años, hay mucha más cultura y hace falta explicar menos. “Ahora igual te viene un niño hablando de tofu o ashwagandha, y eso antes era imposible”, apunta. Hoy en día, el consumidor sabe mucho más, pero también exige mucho más, por eso considera imprescindible estar a la altura. Su experiencia y su formación le permiten ofrecer un asesoramiento sólido, aunque reconoce que en un sector en constante evolución también es necesario seguir aprendiendo y mantenerse al día.

Por otro lado, considera que quizá muchas personas no entrarían en Bio Berri si no tuvieran algún problema físico. Parte de sus clientes se han pasado a la alimentación ecológica por recomendación médica, aunque también hay otro grupo que busca productos ecológicos o biológicos como medida preventiva. “Lo que predomina es salud, salud y salud”, manifiesta Gema.

BIO BERRI, DE AHORA EN ADELANTE

Aunque los clientes cambien con el tiempo y el panorama se complique, en Bio Berri tienen claro que van a seguir al pie del cañón. Su mayor reto es sobrevivir, ya que, a ojos de Gema, la competencia es muy fuerte y el contexto actual, difícil. Pese a los obstáculos, solo piensan en seguir adelante.

Para ella y su familia, Bio Berri y el resto de herboristerías que regentan no son solo un negocio, sino también una afición. Lo ven como parte de su vida, como una manera distinta de relacionarse y trabajar. Para esta familia, las jerarquías quedan en segundo plano entre quienes trabajan en las tiendas y quienes acuden a ellas. “Como es un barrio, la gente rota menos que en una ciudad. Aquí nos conocemos, hay seguimiento e información, y es bonito ver cómo te llaman por tu nombre y tú a ellos por el suyo. Conocer a muchos de los clientes es una gran ayuda y lo hace todo mucho más fácil”, comenta.

Gema insiste en que, aunque muchas empresas parecidas abren con una orientación puramente comercial, ese no es su caso. Tal es la vinculación de la familia con este mundo que sus hijos han decidido seguir el mismo camino que sus padres. “Como madre es una satisfacción y un orgullo que den continuidad al proyecto familiar. Estoy en las tres tiendas y voy pasando de una a otra según me necesitan. Puedo delegar, pero no me imagino una jubilación en la que me desvincule por completo”, explica. Lejos de vivir esta continuidad como una carga, Gema la afronta con naturalidad y orgullo: “Es una empresa familiar, estamos como en casa y para mí es una satisfacción seguir formando parte de ella”, concluye.