Madi Merisescu, propietaria del herbolario La Vid

“Nuestra fuerza está en la escucha, la honestidad y el conocimiento”



Con tesón, formación y amor por lo natural, esta ingeniara agrónoma ha convertido su tienda en El Molar (Madrid) en un espacio de confianza y escucha activa. Su historia es una muestra de cómo las crisis también pueden sembrar nuevas oportunidades.

En el año 2008 la crisis económica truncó el futuro profesional de Madi Merisescu como ingeniera agrónoma. Incapaz de encontrar una salida laboral en su sector, aceptó un empleo en un herbolario de la localidad madrileña de San Agustín de Guadalix, sin imaginar que aquello marcaría su rumbo definitivo. “Al principio sólo ayudaba con la web, pero poco a poco me dieron más responsabilidades, como atender a los clientes y hacer pedidos”, recuerda. Lo que al principio fue una salida temporal se convirtió con el tiempo en el inicio de un camino inesperado, pero profundamente vocacional, porque esa experiencia despertó en ella una inquietud profunda: quería ayudar de verdad a las personas, pero sentía que le faltaban conocimientos.

"El Herbolario no sobrevive sólo por la venta del producto: lo que marca la diferencia es el trato al cliente”

Impulsada por esta inquietud interior, Madi Merisescu decidió formarse desde cero en Naturopatía, Dietética y Nutrición a través de un curso online de tres años que compaginó con su trabajo. Se levantaba a las cinco de la mañana y estudiaba hasta medianoche. “Me sentía perdida, como si no supiera nada. Claro que sabía de plantas y Biología, pero no desde la perspectiva terapéutica. Era como tener una visión de conjunto sin poder entrar en el detalle. El mundo micro me faltaba”,



explica. Aquella sensación fue el motor que la empujó a seguir formándose porque a aquel curso inicial le siguieron varios cursos impartidos por los laboratorios expertos del sector, tanto presenciales como online.

Su pasión por la Fitoterapia crecía al mismo ritmo que su seguridad como profesional. Así que en 2014 se decidió a dar el salto y abrir su propio herbolario en el pueblo madrileño de El Molar, una localidad pequeña cercana a su casa que le gustó desde el principio. Ubicado en la Avenida de España, 3 es un lugar de paso para todo el que llega.

UN LOCAL LLENO DE LUZ

El local que eligió para su herbolario es muy luminoso y totalmente diáfano porque para ella era importante que fuera acogedor. Cuenta con 30 metros cuadrados, todos dedicados a la venta y un pequeño almacén.

El interior del herbolario está dividido en áreas bien definidas: alimentación natural, fitoterapia, infusiones, osteoarticular, sueño, defensas... Cada zona responde a una necesidad concreta, y los productos han sido elegidos con una lógica basada en la experiencia y la observación. "Cuando empecé, me apoyé en las marcas que ya conocía por haber trabajado con ellas en el anterior herbolario. Confiaba en sus formulaciones. Luego, con el tiempo, fui incorporando otras, sobre todo cuando ciertas referencias desaparecían y había que buscar alternativas de calidad", señala.

Ella misma decora y adapta los escaparates conforme a la estación del año y selecciona con cuidado los expositores y estanterías de cada sección creando una atmósfera muy acogedora.

COMERCIO LOCAL CON ASESORAMIENTO PERSONAL

Una parte esencial de su propuesta y la que cree Madi que es la clave del éxito de su negocio, es el asesoramiento personalizado. Asegura que su trabajo no consiste sólo en vender sino también en formar a sus clientes y, sobre todo, en desmitificar falsas creencias. Esa honestidad, unida a su cercanía, hace que muchos regresen pidiendo "lo mismo que me diste, que me funcionó". Su labor de acompañamiento, que combina conocimiento y empatía, es lo que más valoran sus clientes.

Desde hace tiempo trabaja en colaboración con terapeutas locales a los que deriva casos específicos, manteniendo una red de apoyo mutuo. "Aquí no se trata de acumular servicios, sino de que cada uno haga bien lo que sabe. Por eso me apoyo en otras profesionales cuando el cliente lo necesita". El único servicio que presta personalmente son las consultas de nutrición y dietética y asegura que lo que más me piden son dietas para adelgazar o para ganar músculo. Pero ella lo tiene muy claro: "Lo que no hago es vender productos 'sin ton ni son' a adolescentes que quieren adelgazar, ponerse fuertes o muy musculados sin hacer esfuerzo alguno. Les explico lo que deben hacer y les doy las claves y productos que pueden ayudarles, pero no les vendo productos milagro".



"En este sector cada día salen productos nuevos. No puedes dejar de aprender"

Además, Madi prueba en sí misma muchos de los productos antes de recomendarlos. "Lo que puedo testarlo yo, lo hago. Me gusta saber qué se





"No siento que trabajo en el Herbolario: disfruto con lo que hago, me gusta aprender y me gusta escuchar"

siente, cómo se tolera. Sobre todo, si son productos generales como multivitamínicos o infusiones". Este compromiso con la calidad también se traduce en una actitud pedagógica con el cliente. "Si me piden algo porque lo han visto en TikTok o se lo ha recomendado la vecina, intento explicarle por qué puede o no funcionar para su caso concreto. No todo vale para todo. Cada cuerpo es distinto".

CONCILIACIÓN Y DIGITALIZACIÓN: DESAFÍOS REALES

La conciliación familiar ha sido uno de los mayores retos de Madi: "Cuando tienes una niña pequeña y un negocio propio, no hay horarios. Por eso desde la pandemia hice cambios: ahora sólo abro algunos sábados alternos por la mañana. Necesitaba más tiempo para mi familia", afirma. En su día a día, no hay huecos muertos. Si no está en el mostrador, está haciendo pedidos, elaborando dietas o entregando encargos a domicilio.

El canal online sigue siendo un área pendiente. Madi ha diseñado su propia web, no tiene venta online ni tiempo para grandes campañas de marketing, pero eso no impide que mantenga una web informativa actualizada con ayuda de herramientas de inteligencia artificial. Además, en septiembre quiere apuntarse a un curso de desarrollo digital para poder potenciar esta parte del negocio. Pero la venta online, de momento, para ella no es una prioridad: "Hay demasiada competencia y descuentos en la red. Yo no puedo competir en precios con grandes plataformas, pero sí en cercanía y servicio". Su clientela la contacta por teléfono o WhatsApp y ella misma gestiona los encargos, incluso entregándolos a domicilio si es necesario. "Mi fuerte es el trato cercano. Escuchar, acompañar, recomendar con base", sostiene.

RETOS A FUTURO

Al principio no fue fácil ganarse a la clientela, pero con dedicación y un enfoque muy humano, la tienda fue ganando un público fiel. "Hoy, nueve años después, muchos de mis clientes son los mismos que entraron aquellos primeros días", recuerda la propietaria. Además, dedica parte de su tiempo a investigar y estudiar nuevos productos para poder seguir asesorando y avanzando en las recomendaciones a sus clientes: "En este sector cada día salen productos nuevos. No puedes dejar de aprender. Siempre hay algo nuevo que investigar, una combinación nueva, un enfoque que descubrir. El cliente te reta a seguir buscando". En este sentido, su herbolario también es un laboratorio de conocimiento constante y ayuda, por lo que gracias a ello espera seguir muchos años más atendiendo en el Molar.

En casi diez años de actividad, ha comprobado que no todo lo que parece competencia lo es. El crecimiento de la oferta ecológica en supermercados ha erosionado parte del negocio tradicional de los herbolarios. Sin embargo, Madi cree que hay diferencias que la clientela cada vez aprecia más: calidad, formulación, concentración, asesoramiento. "No es lo mismo una cápsula de supermercado que una de laboratorio especializado. No se trata solo del precio, sino de saber qué estás tomando y que sea efectivo".

Sobre el futuro del sector, Madi es optimista. Cree que el interés por el autocuidado ha llegado para quedarse, sobre todo entre las generaciones más jóvenes. "Las redes sociales ayudan, aunque no siempre con buena información. Pero despiertan curiosidad. Y esa curiosidad puede llevar a hábitos más saludables". También valora que la gente empiece a hablar de salud intestinal, microbiota o plantas adaptógenas con naturalidad.

Para ella, el herbolario no debe aspirar a convertirse en un supermercado de lo natural, sino en un centro de asesoramiento y acompañamiento. "Nuestra fuerza está en la escucha, la honestidad y el conocimiento. No es vender por vender. Es saber lo que le estás dando a alguien que confía en ti".

En definitiva, Herbolario La Vid es mucho más que un comercio de barrio. Es el resultado de una historia de superación, pasión por el conocimiento y entrega diaria. "No siento que trabajo: disfruto con lo que hago, me gusta aprender y me gusta escuchar", concluye Madi.