

✦ **José Navarro**, director general de la cadena Herbolario Navarro

“Las claves del éxito son el amor al negocio, la formación y la orientación al cliente”

Herbolario Navarro es un referente nacional en la herboristería y alimentación ecológica.

Cuenta con más de 50 establecimientos y es una marca de garantía, calidad y fiabilidad en todo lo relacionado con el bienestar y la salud natural



Herbolario Navarro nació en el año 1771 en Valencia, en una época en la que los remedios naturales estaban muy presentes en la vida de las personas. Desde sus inicios hasta ahora se ha mantenido fiel a su filosofía, proporciona a sus clientes todo lo necesario para mejorar su salud y aumentar su bienestar a base de productos naturales.

A lo largo de estos 250 años, Herbolario Navarro ha crecido y se ha consolidado como uno de los referentes en salud natural y alimentación ecológica de España. En la actualidad cuenta con más de 50 establecimientos repartidos en Madrid, Comunidad Valenciana, Castilla la Mancha, La Rioja, Murcia, Castilla-León, Cantabria, Baleares, País Vasco y Cataluña.

La empresa se ha ido transmitiendo de padres a hijos hasta la actualidad que está regentada por José Navarro Catalá. *Mi herbolario* le entrevista para analizar cómo ha sido esta evolución y qué ha supuesto para él a nivel profesional el reto de hacer de la empresa familiar un verdadero emporio de la salud natural.

¿Cuáles son las claves fundamentales para lograr este éxito? ¿Cuál es la filosofía detrás de Herbolario Navarro y cómo la ha mantenido durante estos años?

Tengo muy claro que las claves del éxito para esta expansión, y conseguir ser un referente nacional, se basan en tres principios básicos: el amor por el negocio, la orientación al cliente y la formación. Tiene que gustarte lo que haces, creer en ello y poner todo de ti para poder crecer y amar tu

empresa. Los clientes son el pilar de Herbolario Navarro, si no te preocupas por ellos, no vas a poder crecer. Y, finalmente, la formación que es básica, porque la gente necesita saber qué compra, por qué lo compra, qué propiedades tiene y qué beneficios le va a proporcionar, si el personal no sabe lo que está vendiendo es imposible dar un buen servicio profesional.

¿Cómo ha evolucionado la industria de los herbolarios desde que comenzó? ¿Cuáles han sido los cambios más significativos?

La especialización de los laboratorios ha conseguido crear nuevos productos y en formatos más cómodos y fáciles de tomar. Antes, casi todos los principios se tomaban en forma de infusiones y, ahora, se pueden tomar los mismos preparados en pastillas o comprimidos que están mucho más concentrados y son mucho más fáciles de ingerir. Además, sabes exactamente la cantidad de cada cosa que consumes. Creo que es una de las evoluciones más claras del sector.

Como uno de los pioneros en este campo en España, ¿qué desafíos enfrentó al principio y cómo los superó?

El primer desafío es saber qué quieres hacer, hasta dónde quieres llegar y qué metas quieres alcanzar. Una vez que sabes ese objetivo es mucho más fácil orientar el negocio. En nuestro caso, el plan de negocio para la expansión se basó en querer hacer de Herbolario Navarro un referente en España. Hemos estado trabajando en ello los últimos diez-quince años y creo que, gracias a toda la dedicación y el tiempo invertido, podemos decir que lo hemos logrado.

Otro de los desafíos a los que nos hemos enfrentado en los últimos ocho o nueve años es la evolución del cliente. La gente investiga en internet lo que tiene, los productos que le interesan y cuando llega al herbolario es un cliente más formado que antes. Hemos tenido que adecuarnos a ese nuevo conocimiento para saber atender al cliente correctamente. Por eso la formación en nuestros herbolarios es una constante.

Por último, hay que decir que la competencia también ha supuesto un reto



“La especialización de los laboratorios ha conseguido crear nuevos productos y en formatos más cómodos y fáciles de tomar”



en nuestro plan de negocio, porque cada vez está siendo más dura. En los últimos años se ha vuelto más especializada y los grandes laboratorios han empezado también a distribuir productos para su venta en grandes superficies y en otros otro tipo de establecimientos que no son herbolarios. Obviamente, no tienen el asesoramiento que tenemos nosotros en nuestros herbolarios, ni la formación que tiene nuestro personal, lo que nos hace diferenciarnos de ellos.

Además, las farmacias se han dado cuenta de que el producto natural está muy demandado y en auge porque cada vez la gente se preocupa por el autocuidado y se quiere cuidar más de forma natural, por lo que los farmacéuticos han empezado a introducir muchos productos de herbolario en su establecimiento y esta competencia también está en un sector especializado.

En este mercado cada vez más competitivo, ¿cuál cree que ha sido la clave para que sus herbolarios se

mantengan exitosos durante tanto tiempo? ¿Apostar por iniciativas novedosas como el ‘gastromóvil de alimentación saludable’ contribuyen a este éxito?

Los clientes conocen nuestros productos, su calidad y confían en ellos, esto nos hace diferenciarnos del resto de la competencia. Es básico para la empresa que todos los clientes sepan que los productos Navarro siempre tienen una calidad máxima.

Hemos llevado a cabo algunas iniciativas novedosas como la creación de dos restaurantes dentro de dos herbolarios y un gastromóvil de alimentación saludable. Estas iniciativas lo que buscan es contribuir al bienestar y a la salud de las personas, ofreciendo unos menús basados en la alimentación ecológica y con productos de primera calidad. El gastromóvil acude a las concentraciones de foodtrucks y ofrece una alternativa saludable a las personas que acuden a espectáculos o ferias gastronómicas.

“Los clientes conocen nuestros productos, su calidad y confían en ellos, esto nos hace diferenciarnos del resto de la competencia”



¿Cómo selecciona los productos que ofrece en sus herbolarios y qué criterios sigue para asegurarse de que sean de alta calidad?

Nosotros trabajamos con los mejores laboratorios del sector de la herboristería y los productos naturales. En Herbolario Navarro seleccionamos todos los productos con un estándar de calidad y formato que son determinantes para dar un buen servicio al cliente. Estamos en contacto directo con los mejores proveedores para dar al consumidor unos productos de máxima calidad y no lo digo por decir, sino porque el cliente tiene que saber que lo que estamos dándole es lo mejor y es de una calidad superior que no va a variar nunca.

Contamos con un departamento de I+D+i que analiza, evalúa y selecciona cada producto que vendemos en Herbolario Navarro. Todos los productos que introducimos y las nuevas gamas están comprobadas y están asesoradas por los mejores especialistas, no introducimos productos en nuestras estanterías que no estén homologados y verificados por nuestro departamento.

¿Qué tendencias ha observado en la demanda de productos naturales y saludables en los últimos años y hacia dónde van?

“Saber que estamos contribuyendo al bienestar de la sociedad con nuestros productos, iniciativas y colaboraciones es muy gratificante”



Los productos de herbolario los veo muy vivos y muy activos y creo que van a seguir evolucionando. De cara al futuro habrá nuevas formulaciones más efectivas y nuevos formatos. Además, la demanda de los clientes por el bienestar y el autocuidado hace que yo los vea con mucho futuro y proyección.

¿En Herbolario Navarro también se llevan a cabo iniciativas solidarias?

Nosotros creemos que las empresas tienen que generar un bien social, generar riqueza y pagar sus impuestos o sea, lo que queremos es que todo revierta en la sociedad. De esta manera también creemos en la economía circular y por eso colaboramos con Xaloc, que es una ONG que se dedica a la limpieza

de playas y mares y a divulgar hábitos de consumo responsable. Por eso vendemos en nuestras tiendas una botella reciclada para agua, de la que 1€ de cada venta va destinada a esta ONG.

También colaboramos con ‘Mamás en acción’ que son un grupo de madres que cubren un hueco que nadie se había planteado hasta ahora y es que los niños enfermos que están a cargo de los servicios sociales pueden estar cuidados en las casas de acogida y en las instituciones, pero cuando se ponen muy enfermos y hay que ingresarlos, no hay personal suficiente para cuidarlos y acompañarlos en esos momentos. Esta labor es lo que llevan a cabo estas madres ante las cuales yo me quito el sombrero. En Herbolario Navarro vendemos bolsas de algodón de las que una parte de la venta va destinada a esta ONG.

¿Qué ha supuesto para usted a nivel personal conseguir esta expansión y que Herbolario Navarro sea uno de los referentes en salud y alimentación natural en España?

Para mí ha supuesto una gran satisfacción. Además del éxito empresarial, a nivel personal me considero muy afortunado porque trabajo en un sector que hace el bien a la gente. Es muy bonito hablar con los clientes y que te cuenten que gracias a los productos que les hemos vendido se encuentran mejor, están más sanos o simplemente más contentos. Saber que estamos contribuyendo al bienestar de la sociedad con nuestros productos, iniciativas y colaboraciones es muy gratificante.

¿Cuáles son sus planes o metas para el futuro de Herbolario Navarro?

En nuestro futuro inmediato, nuestra meta es consolidarnos. Queremos seguir siendo un referente y consolidarnos como tal y seguir trabajando para estar en lo más alto de los herbolarios de España. De momento, no tenemos planes para expandirnos a Europa ni a nivel internacional. ■