

Fernando Álvarez, gerente del herbolario ABC de las Plantas

“En el herbolario del futuro la esencia será la misma, pero con más personas afines”

Este herbolario, situado en Santander, celebró su cuarto aniversario el pasado mes de abril, y es el mayor proyecto personal de Fernando Álvarez. Tras varios años trabajando en otros herbolarios, decidió abrir el suyo y aprovechar su formación en dietética y fitoterapia



Tras haber experimentado cómo es el mundo de los herbolarios trabajando en varios, Fernando Álvarez Zorrilla decidió abrir el suyo propio el 8 de abril de 2017. La elección del nombre del negocio se lo debe a una compañera con la que trabajó y la que le sirvió de inspiración: ABC de las Plantas. Lo demás ha sido cuestión de esfuerzo y perseverancia.

El local consta de 70 m² divididos en dos pisos de 35 m² cada uno. “La



parte de arriba aún no se usa, pero se empleará más adelante para diferentes actividades; y en la parte de abajo están la tienda y un pequeño despacho para los servicios de dietética, naturopatía y osteopatía”, nos cuenta Fernando.

El día a día, relata, se centra en “atender lo mejor posible a los clientes” y en seguir formándose sobre nuevos productos, nuevos distribuidores, y en estudios sobre dietética, naturopatía o fitoterapia. De hecho, Álvarez está for-



mado en estas tres disciplinas y, ahora, entre sus objetivos está complementar este conocimiento con Farmacia.

Simpatía y sinceridad, claves para atención al cliente

“La atención al cliente es lo más importante. Intento ser simpático y sincero en las respuestas, evitando, sobre todo, crear falsas expectativas”. Así define las claves que tiene que tener la persona que está al frente de un herbolario o de cualquier establecimiento”. Y añade: “Se deben explicar bien las características del producto, para que el cliente salga de este herbolario con la garantía de que el producto que se lleva es el que le va a proporcionar el beneficio que necesita”, subraya.

Una muestra de esta simpatía que le caracteriza se ve reflejada en sus redes sociales, ya que tiene una forma muy original de comunicar novedades y actividades. A través de cómics personalizados, describe las novedades del herbolario, las características de sus productos, aniversarios del establecimiento o información sobre la tienda. “Comencé con los cómics para darle un toque diferente a mi contenido, ya que siempre se sube lo mismo”, apunta. Aunque nos confiesa que no le gustan las redes sociales, entiende el valor que tienen hoy en día. “Se trata de una parte importante de cualquier negocio porque es una forma de darte a conocer y te abre muchas fronteras”, admite.

Pero la formación también tiene gran peso, por ello Álvarez destina sus co-



nocimientos en dietética en mejorar la atención al cliente, sobre todo para ofrecer información real y sincera y solventar dudas sobre los ingredientes que tienen los productos que vende. “Hay que reciclarse constantemente, porque cada vez salen nuevas evidencias y nuevos productos”, especifica.

“Cuando abrí mi herbolario ya conocía distribuidores y, desde el principio, aposté por unas determinadas marcas que son las que actualmente ofrezco. A pesar de que siempre busco nuevas oportunidades, soy bastante fiel a lo que elegí”, confiesa el encargado.

Los efectos de la pandemia se notan en el top ventas

Entre los productos que podemos encontrar en ABC de las Plantas destacan las plantas medicinales, complementos dietéticos, cosmética natural, alimentación ecológica, alimentación sin

A través de cómics personalizados, Fernando describe las últimas novedades, las características de sus productos, aniversarios del establecimiento o información sobre la tienda

gluten ni azúcar y la suplementación deportiva, entre otros.

En cuanto a la demanda, el gerente explica que depende de la época, ya que algunos son productos muy estacionales: “En invierno la gente busca productos para el refuerzo de las defensas o para mitigar los síntomas de los catarros, y en verano solicitan más productos para la bajada de peso”.

Sin embargo, existen algunos productos fijos que se venden todo el año, como los destinados a patologías como la diabetes, la tensión, la circulación, articulaciones, etc. La pandemia también ha servido como punto de inflexión y ha hecho que aumente la venta de productos para el estrés y para el refuerzo del sistema inmunitario.

Además de la venta de productos, en el ABC de las Plantas también ofrecen

“La pandemia ha hecho que aumente la venta de productos para el estrés y para el refuerzo del sistema inmunitario”



servicios de dietética (como el método de control de peso o el coaching nutricional) de los que se encarga el propio Fernando y que, según nos indica, “tienen bastante tirón”. Y otros que se llevan a cabo por otras personas, como los servicios de naturopatía y osteopatía, entre los que destacan los masajes terapéutico-deportivos; drenaje linfático y masajes relajantes. Pero, además, se realizan test de intolerancia (muy demandados últimamente). A medio-largo plazo, nos cuenta que tiene en mente avanzar en nuevos proyectos y ampliar su oferta.

“Cada vez se ve gente más joven”

Uno de los ejes centrales en los que está trabajando el propietario actualmente es en la fidelización del cliente. Aunque es cierto que la pandemia ha hecho que haya un ligero decrecimiento en las ventas, se siente agradecido por su clientela y asegura que “no puede quejarse”.

“Cada vez se ve gente más joven, aunque es cierto que si tuviera que hacer un perfil de cliente, a pesar de estar bastante igualados, vienen más mujeres de entre 35-40 años hasta edades más avanzadas (de 80-85 años)”, explica. Sin embargo, la media de edad cada vez está bajando más y, en su opinión,



“Cada vez se va depositando más confianza en las Terapias Naturales, en las alternativas naturales y en el sector de los herbolarios”

“esto es un indicativo claro de que se va depositando más confianza en el sector de las Terapias Naturales, de las alternativas naturales y en el sector de los herbolarios”.

Fernando Álvarez cree que quizás el coronavirus ha tenido algo que ver y ha provocado que la gente tenga más miedo. “No sabemos lo que tenemos hasta que lo perdemos, y hoy estás bien, pero quizás mañana no. Esto ha hecho que haya un incremento en la intención de querer cuidarse un poco más y tener en cuenta otras alternativas que antes no se valoraban, como es el caso de los productos de herbolario”, reflexiona.

En cuanto al sector, considera que, debido a la actual situación, va a crecer cada vez más, aunque reconoce que a él le hubiera gustado que ese incremento se diera gracias a los profesionales del sector y no debido a una pandemia. Le preguntamos cómo cree que será el herbolario del futuro y se sincera volviendo a hacer alarde de su sentido del humor: “Lo que espero es que no te atienda un robot”, responde.

Y concluye con una reflexión: “Quiero pensar que la esencia del herbolario seguirá siendo la misma, pero ojalá haya más personas apostando por estas alternativas, más personas preparadas y que todo esté regularizado”. ■