



José María Serrats, de la cuarta generación, junto a sus hijos Esperanza e Ignacio, en la planta de la conservera. Abajo, los trabajadores en 1950. :: MAIKA SALGUERO



sión de conservas con ese sabor sólo para Francia», señalan los actuales responsables de la firma con la vista puesta ya en los siguientes objetivos: los mercados estadounidense, chino y japonés. Allí, sobre todo en el país nipón, el consumo de pescado es ya muy elevado y ellos llegan luciendo el certificado IFS -International Food Standard-, logrado además «con auditorías no anunciadas», como subrayan orgullosos de una política de calidad preparada para casi todo.

Porque, no pasa nada por reconocerlo, las innovaciones a veces llegan a la fuerza. Les pasó en 1996, cuando en Suiza -uno de los principales mercados de la casa entonces y ahora- se prohibió el uso de recubrimientos de Bagde en las latas. «Los niveles en las nuestras estaban por debajo de lo permitido por la normativa europea, pero eso no nos libraba de perder las ventas en Suiza y tuvimos que acudir a los fabricantes para desarrollar nuevos envases», recuerda Ignacio Serrats. «De todo se aprende y hoy sabemos que no merece la pena fabricar de un modo para un mercado y de otro para quienes tienen distintos estándares exponiéndose a un cambio legislativo. Lo mejor es tomar la más exigente de las normas y ajustar a ella toda tu producción», dice.

«Estamos convencidos de que en el mercado hay sitio para marcas como la nuestra, pero para que el cliente esté dispuesto a pagar por ello ha de tener una percepción clara de la diferencia de calidad», subrayan como clave para, cuando toque, legar el negocio a los siguientes Serrats. «Nos recordarán, o eso esperamos, por reagrupar locales, reorganizar el negocio adaptándolo a las nuevas tecnologías, añadir mercados y productos y, sobre todo, por haber sido buenos conserveros». De pescado y del legado.

# Cómo te conservas

La empresa bermeana Hijos de Serrats vende en comercios delicatessen de 25 países anchoas, bonito y atún, preparados como hace 128 años

## TRADICIÓN

IRATXE BERNAL

**E**n enero y febrero, marisco; en marzo y abril, anchoa; mayo y junio son para el atún, y de julio a diciembre toca bonito. En la fábrica de Hijos de José Serrats el calendario lo marca el mar y la tradición, casi todo lo demás. El tiempo pasa, pero se nota poco. Aunque sean casi 130 años. Aunque sean ya cinco las generaciones que separan a los Serrats de hoy de aquel «primer José» que llegó a Bermeo desde L'Escala buscando la mejor anchoa.

Actualmente, la empresa ofrece además conservas de bonito, sardinilla, mejillones o berberechos y factura 8,5 millones anuales vendiendo en comercios delicatessen y supermercados de alta gama de 25 países. Lo consigue gra-

cias al trabajo artesanal de 92 personas que hacen hoy básicamente lo mismo que todos los que les han precedido desde 1890. Porque esa es aquí la clave: escoger bien tanto el género como los procesos y respetarlos tanto como se respeta el legado de un tata-buelo, que «nunca dejó de obsesionarse por que el género llegara fresco a la planta pese a que la montó a tan sólo cien metros del puerto», cuentan Ignacio y Esperanza Serrats.

Eso no quiere decir que nada haya cambiado desde entonces. Tampoco es eso, que «siempre hay margen para las novedades cuando realmente suponen una mejora». «Todos los procesos se pueden replantear y, a partir de ahí, modificar o no. Puedes invertir en el desarrollo de una peladora de bonito que ayude en la primera fase de la elaboración porque ves que sí supone una mejora, o puedes acabar reconociendo que el me-

tor sistema para cocer el bonito no es precisamente el más barato y, después de varias pruebas, volver a la marmita de toda la vida. Siempre hay que estar abierto a la incorporación de cambios, para eso tenemos un pequeño departamento de I+D en el que tres personas buscan cómo mejorar los procesos y ofrecer nuevos productos», explican.

Allí dieron forma, por ejemplo, a la ocurrencia pionera en España en el arranque de los ochenta de embotar el bonito en tarros de cristal. «Era

algo que ya se hacía con las conservas vegetales, pero no con el pescado y, de entrada, nos salió fatal», explican divertidos al recordar que en Burgos, donde enviaron los primeros botes, no se dejaron comer el tarro y devolvieron íntegra la partida.

O aquella otra de incorporar a la oferta de la casa el caviar de oricios -erizos de mar-, que aquí apenas se consume. «Es muy típico de Asturias, donde lo comía uno de nues-

tros hermanos. Un día nos retó: nos dijo que no seríamos capaces de ofrecer un caviar como el que encontraba allí y le tuvimos probando latas hasta que no le quedó más remedio que desdecirse», rien.

Otras veces, las novedades llegan por el afán de adaptarse a los gustos de otros mercados. «Vimos que los turistas franceses que veraneaban en Biarritz o Hendaya comían mucho pimiento de Espelette, así que lanzamos una ver-

8,5

millones factura al año Hijos de José Serrats, que vende en el extranjero el 30% de su producción.

