



“Proyecto de diversificación de producto”



- ✓ GALP Itsas Garapen Elkarte
- ✓ Promotor: **Maisor Kontserbak SL**
- ✓ Convocatoria: **2019** Estado: **Proyecto en curso**
- ✓ Coste del proyecto: **14.859 €**
- ✓ Ayuda pública: **7.429,50 €**
- ✓ Ámbito de aplicación: **Getaria**




CRITERIOS DE SELECCIÓN:

- ✓ Exitoso/ impacto positivo
- ✓ Sostenible, desde el punto de vista ambiental, económico y social.
- ✓ Sensible a colectivos desfavorecidos (mujeres, jóvenes, discapacitados,
- ✓ Transferible
- ✓ Innovador
- ✓ Emprendimiento
- ✓ Resultado de un proceso participativo
- ✓ Durabilidad
- ✓ Creación de empleo

EL PROMOTOR

Maisor es una empresa familiar, con más de 20 años de experiencia en la comercialización de conservas de Getaria, y con una larga tradición pesquera. El abuelo Pelaio Iribar, pescador durante toda su vida, mantuvo junto a sus hermanos los dos barcos familiares: el Iribar Hermanos y el Maria Zulaika. Por su parte, la abuela, Ignacia Azpeitia, fue mayorista en el puerto de Getaria, dando salida a la pesca de la flota local. Después, Sorkunde Iribar, siguiendo los pasos de su madre, también trabajó durante muchos años como mayorista y en 1999, junto a su marido Xabin, decidió adentrarse en el mundo de la conserva creando el obrador artesanal MAISOR, situado en el mismo puerto de Getaria, y a escasos metros de la lonja. En dicho obrador también disponen de una tienda para atender directamente al consumidor final.



“La responsabilidad y el compromiso con la materia prima son las señas de identidad de Maisor”

Trabajan únicamente con especies del mar Cantábrico, capturadas a través de artes de pesca tradicionales por la flota local como la anchoa, el bonito, el verdel o la sardina; y en todos sus procesos emplean ingredientes naturales y técnicas tradicionales, creando productos de alta calidad.

Con la intención de diversificar esta actividad productiva, hace 6 años deciden poner en marcha la iniciativa “Experiencias Maisor”, a través de la cual ofrecen visitas al obrador y talleres sobre la elaboración de la anchoa de Getaria, poniendo en valor su labor artesanal y divulgando la tradición pesquera local y de elaboración de este producto.

Actualmente, la empresa se encuentra en pleno relevo generacional, ya que Sorkunde Iribar ha dejado el testigo a sus sobrinas Oihana y Ainhoa que, jun-

to a su primo Beñat, tienen la misión de dar continuidad al proyecto. Además de ellos, la empresa cuenta con otros cinco trabajadores, uno de ellos con una discapacidad del 65%.

En Maisor basan su estrategia en el valor de lo local y de la calidad, sustentada además en la fama internacional de la cocina vasca y en el uso de materia prima propia.

Desde el inicio, la empresa ha comercializado filetes de anchoa del Cantábrico, tanto en salazón como en vinagre. Con los años, han ido ampliando la gama de productos y actualmente comercializan filetes de anchoa del Cantábrico en aceite, filetes de anchoa del Cantábrico en vinagre, verdel del Cantábrico en vinagre, lomos de Bonito del Norte, ventresca de Boni-

to del Norte, sardinillas y productos ahumados como la anchoa ahumada, el verdel ahumado o el Bonito del Norte ahumado.

Aunque su principal mercado es local, la exportación supone el 23 % de la producción, siendo Francia e Italia los principales países destinatarios. A nivel estatal, trabajan directamente con restaurantes y tiendas especializadas. También han sabido integrar las nuevas tecnologías, lo que les ha permitido abrirse a nuevos mercados. En este sentido, desde hace 10 años disponen de página web, cuyas ventas suponen el 6% de la facturación.

La responsabilidad y el compromiso con la materia prima son las señas de identidad de Maisor, pues su actividad se basa en tres pilares fundamentales:





pesca sostenible, uso responsable de los recursos pesqueros y máximo respeto hacia el medio ambiente. Bajo esta filosofía, las especies con las que trabajan proceden al 100% del Cantábrico y priorizan la compra a la flota de bajura de Getaria con el sello de pesca sostenible MSC. Para el resto de productos empleados (aceites, sales, vinagres, frascos...) anteponen a los proveedores locales o de proximidad, así como los materiales reciclados y reciclables. Además, en 2020 pretendían lanzar una gama de productos ecológicos; lo cual, puede retrasarse al 2021, como consecuencia del Covid.

"supone poner en valor un producto que actualmente se deshecha y que es altamente valorado por el mercado"

PROYECTO

La búsqueda constante de la mejora competitiva y la necesidad de adaptarse a sus clientes (actuales y potenciales), les ha llevado a plantear este proyecto mediante el desarrollo de un nuevo producto que ampliará y reforzará su gama actual y que les abrirá nuevos canales comerciales.

Este es un proyecto, que se ha desarrollado en cooperación entre distintos agentes (investigadores, productores, restauradores...), se trata de producto derivado de su "core business", la elaboración de la anchoa en salazón de Getaria; y que supone poner en valor un producto que actualmente se deshecha y que es altamente valorado por el mercado, principalmente, por el sector de la alta restauración.

En concreto, se pretende valorizar la salmuera derivada del proceso de maduración de la anchoa en salazón que en la actualidad desecha, pero con un tratamiento adecuado les permitiría tener un nuevo producto, llamado "garum", condimento de origen romano, elaborado ya hace 2.000 años, muy valorado en la alta gastronomía ya que es considerado como un potenciador de sabores único y que también es conocido (principalmente en países asiáticos) como "umami" o el "quinto sabor".

Para lograrlo, han llevado a cabo, junto con Leartiker (agente de la Red Vasca de Ciencia y Tecnología) un proceso de investigación para averiguar cómo obtener el Garum, lo que les ha ayudado a comprender, aún más si cabe, su producto y los procesos de extracción del mismo.

Asimismo, en breve, van a tener la oportunidad de participar en un proceso de desarrollo de producto junto con Enrique Fleischman y su equipo, realizando ensayos e ideando distintas aplicaciones para el Garum, y reflexionando sobre su posible aceptación en el mercado. Las presentaciones de producto que prevén realizar junto con Enrique, dirigidos a restaurantes y canal HORECA en general, serán muy impor-

tales también para testear el producto con profesionales del sector y conocer de primera mano su opinión.

OBJETIVOS



Con la puesta en marcha de este proyecto de diversificación se pretende:

- Ampliar y reforzar la gama de productos MAISOR, introduciendo Garum de Getaria
- Abrir nuevos canales comerciales (principalmente, alta restauración) y nuevos mercados
- Valorizar un producto que, actualmente, se trata como desecho dentro de la actividad de MAISOR
- Incrementar la notoriedad de la marca MAISOR, tanto a nivel local como nacional e internacional.

CONTRIBUCIÓN AL DLP

a) Aumento del valor de los productos de la pesca: Maisor cuenta con una experiencia de casi 20 años en el sector de la elaboración artesanal de conservas de pescado. No obstante, es necesario que las empresas sigan renovándose e innovando continuamente para poder seguir siendo competitivos en el mercado. Este proyecto

persigue este objetivo precisamente: diversificar su gama de productos.

"Este proyecto persigue este objetivo precisamente: diversificar su gama de productos"

b) Fomento del patrimonio cultural pesquero, acuícola y marítimo de las zonas pesqueras: Maisor lleva ya varios años fomentando actividades ligadas a la de elaboración de conservas realizando visitas guiadas y talleres de elaboración de anchoa de Getaria. Se trata de actividades, principalmente orientadas al sector turístico, ligadas al mar y a las costumbres y tradiciones

locales, que ayudan sin duda a fomentar su patrimonio pesquero

c) Estrategia de desarrollo local participativo (EDLP): Las zonas pesqueras como la de Getaria están sufriendo en los últimos años diversos problemas derivados de la sobre-explotación de los recursos, los bajos precios alcanzados por las capturas y el continuo incremento de los costes derivados de su actividad extractiva. Por lo tanto, la diversificación de producto y la mejora competitiva de un sector tan tradicional como es el de la elaboración de conservas es un objetivo que tiene encaje dentro de la estrategia de desarrollo local participativo.



LECCIONES APRENDIDAS

Esta última década, ha sido testigo de muchos cambios. Durante la crisis en 2013, la empresa decidió variar la estrategia comercial y empezar a abordar el sector de la restauración. En ese mismo año realizaron un cambio de imagen y la adaptación de los formatos de producción a las necesidades del mercado, así como un estudio de costes y una adecuación de precios.

En el último quinquenio han realizado una intensa labor comercial, participando en diversas ferias del sector, nacionales e internacionales, y promoviendo el contacto con distribuidores y agentes comerciales. Asimismo, han impulsado la venta al cliente final en tienda física, por medio de actividades de turismo experiencial y de la tienda online, desarrollando una estrategia de marketing de contenidos y fidelización de clientes en Internet. El canal online, ha sido de gran ayuda para la empresa, ahora durante la crisis del Covid; ha sido el único canal que ha salido fortalecido durante la crisis.

"Crear un proceso de elaboración del Garum definido y concretado."

RESULTADOS OBTENIDOS

Con la puesta en marcha de este proyecto se ha conseguido:

- Crear un proceso de elaboración del Garum definido y concretado. Para ello han diseñado un diagrama



ma de flujo, detallando cada una de las etapas.

- Obtención de un producto natural, sin aditivos y estable. Además, este producto cumple con el reglamento (UE) nº 1019/2013 en referencia al contenido de histaminas.
- Ampliar y reforzar la gama de productos MAISOR, introduciendo Garum de Getaria.
- Valorizar un producto que, hasta ahora se había tratado como desecho dentro de la actividad de MAISOR.