vinetur

DOEN.es impulsa una tienda digital de productos DOP, IGP y selección propia

La plataforma, lanzada el pasado 24 de abril, opera en venta directa, canal Horeca y exportación en la Unión Europea

miércoles 10 de junio de 2026

DOEN.es ha puesto en marcha una plataforma digital centrada en la comercialización de productos españoles con origen y calidad diferenciada. La empresa, con sede en Elche (Alicante), presenta su proyecto como una vía para acercar al consumidor alimentos vinculados a la Dieta Mediterránea a través de referencias amparadas por Denominación de Origen Protegida (DOP), Indicación Geográfica Protegida (IGP) y una línea propia bajo el sello Selección Excelencia DOEN.

La compañía fue lanzada oficialmente el pasado 24 de abril desde Elche con el objetivo de reunir en un único escaparate digital productos españoles amparados por figuras oficiales de calidad y otros artículos seleccionados por la propia plataforma. DOEN.es subraya que no es una DOP ni una IGP y que tampoco actúa como organismo certificador oficial. Su función, precisa la empresa, es la de plataforma distribuidora especializada que comercializa productos de productores amparados por DOP e IGP y que, además, distingue determinados productos artesanales, ecológicos o de producción limitada mediante un sello privado propio.

La firma sitúa su propuesta en torno a la Dieta Mediterránea, que recuerda fue reconocida por la UNESCO como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad por representar conocimientos, prácticas, tradiciones y formas de vida ligadas a la producción, conservación, preparación y consumo compartido de alimentos. En esa

línea, DOEN.es reúne productos que identifica con esa despensa española y mediterránea, entre ellos aceite de oliva virgen extra, vinos, cavas, quesos, jamón ibérico, embutidos tradicionales, miel, conservas, productos ecológicos y elaboraciones artesanales.

Según informa la empresa, su catálogo cuenta actualmente con más de 250 referencias. Esa oferta se distribuye entre productos DOP e IGP y productos incorporados a Selección Excelencia DOEN. La actividad comercial se articula en tres canales: venta directa al consumidor final, venta profesional B2B y Horeca, y exportación dentro de la Unión Europea.

DOEN.es plantea que su propuesta no se limita a la venta de alimentos. La plataforma sostiene que busca ofrecer información sobre el origen de cada producto, su procedencia, quién lo produce y qué valores representa. La empresa resume esa idea en su lema, “Productos con origen. Compras con confianza”, con el que quiere reforzar una compra basada en la trazabilidad y en la identificación del productor.

En relación con las figuras oficiales de calidad diferenciada, la compañía recuerda que las DOP y las IGP están reconocidas y protegidas en el marco español y europeo, con sus propios pliegos de condiciones, normas de producción, ámbito territorial y sistemas de control. DOEN.es insiste en que no sustituye esa función oficial. Su papel, afirma, es actuar como canal de distribución y visibilidad para productores cuyos artículos están amparados por esas figuras, de manera que el consumidor pueda encontrar en un mismo portal referencias vinculadas a distintas zonas y denominaciones reconocidas.

Junto a esa oferta, la plataforma ha creado Selección Excelencia DOEN, un distintivo privado de calidad propio. La empresa aclara que este sello no pretende sustituir ni equipararse jurídicamente a una DOP o una IGP. Su finalidad, explica, es identificar productos artesanales, ecológicos, tradicionales, de producción limitada o de especial singularidad que, aunque no estén necesariamente amparados por una figura oficial de calidad diferenciada, encajan en los criterios internos de excelencia de la plataforma.

DOEN.es sostiene que esta selección interna busca dar visibilidad a productores con elaboraciones de especial singularidad, autenticidad, trazabilidad y vinculación con su territorio. La compañía considera que en España existen muchos productos de valor

gastronómico que, por su tamaño, su modelo de producción, su tradición familiar o su falta de estructura comercial, no tienen presencia suficiente en los grandes canales digitales. A partir de esa lectura, la empresa presenta Selección Excelencia DOEN como una herramienta para acercar esas referencias al consumidor.

El origen del proyecto está ligado, según la compañía, a la trayectoria personal y empresarial de su fundador, Luis Miguel Sánchez Martínez. La empresa señala que creció en la Sierra de Segura y Cazorla, en Jaén, en un entorno vinculado al aceite de oliva virgen extra y a los pequeños productores. A partir de esa experiencia, añade DOEN.es, observó durante años cómo muchos elaboradores con productos de calidad carecían de una marca fuerte, de herramientas digitales eficaces o de canales comerciales suficientes para competir en igualdad de condiciones.

Luis Miguel Sánchez Martínez, CEO y administrador único de DOEN.es, afirma que la iniciativa parte de una idea clara sobre el valor del origen en la alimentación. “DOEN nace de una convicción: el origen importa. Importa quién produce, dónde produce, cómo produce y cómo llega ese producto al consumidor. Nuestra plataforma quiere ayudar a que los productos españoles de calidad tengan el escaparate digital que merecen”, señala.

La empresa presta una atención especial a categorías que considera esenciales dentro de la cultura gastronómica española y mediterránea. Entre ellas cita el aceite de oliva virgen extra, el vino, el cava, los quesos, la miel, el jamón ibérico, los embutidos tradicionales, las conservas y los productos ecológicos. En el caso del vino, DOEN.es indica que incorpora referencias de distintas zonas productoras con la intención de reforzar la relación entre gastronomía, paisaje, bodega, enoturismo y cultura del territorio.

La propuesta comercial se dirige tanto al consumidor particular como a restaurantes, hoteles, tiendas gourmet, distribuidores y otros profesionales interesados en incorporar productos españoles diferenciados y con trazabilidad. La compañía presenta la plataforma también como una herramienta útil para los productores, al ofrecer visibilidad, canal de venta, presencia digital y una narrativa común basada en la calidad y el origen.

DOEN.es sostiene que muchos productores españoles elaboran artículos de alto nivel, pero no siempre disponen de medios suficientes para llegar al consumidor final o al mercado europeo. Por eso, la empresa plantea su plataforma como un instrumento para reducir esa distancia y crear una comunidad de productores seleccionados y consumidores que buscan información clara sobre lo que compran.

La compañía enmarca su actividad en un cambio en los hábitos de compra. A su juicio, el consumidor actual quiere saber si un producto es auténtico, si tiene un origen claro, si procede de un productor real, si responde a determinados criterios de calidad y si mantiene una historia coherente. Frente a modelos de compra más impersonales, DOEN.es plantea una oferta basada en productos españoles seleccionados, productores identificados, figuras oficiales de calidad cuando proceda y el sello Selección Excelencia DOEN para referencias que la plataforma considera excepcionales.

La plataforma está gestionada por Productos Naturales de España con Denominación de Origen, S.L.U., sociedad domiciliada en Elche (Alicante). Según informa la empresa, su misión es dar visibilidad a productores españoles de calidad y ofrecer al consumidor una forma de compra apoyada en el origen, la trazabilidad y la confianza.