vinetur

DOEN.es centra la nueva campaña oleícola en el aceite de oliva virgen extra de cosecha temprana

La plataforma lo presenta como producto de temporada ligado a la dieta mediterránea y al trabajo de dos productores

lunes 21 de septiembre de 2026

DOEN.es, una plataforma digital nacida en Elche y especializada en la venta de productos gastronómicos españoles seleccionados, ha centrado el inicio de la nueva campaña oleícola en el Aceite de Oliva Virgen Extra de cosecha temprana. Este lunes, 21 de septiembre, la empresa ha vinculado ese momento del calendario con el papel del AOVE en la Dieta Mediterránea y con la actividad de dos de sus productores fundadores de aceite, SCA Nuestra Señora de la Encarnación y Oleum Alcazaba.

La firma sitúa el foco en los aceites obtenidos cuando la aceituna se recoge antes de alcanzar su maduración completa. Ese tipo de elaboración, afirma la compañía, da lugar a perfiles más verdes, frescos e intensos, con aromas vegetales, amargor y un picante final que muchos consumidores asocian a la calidad. La llegada de esos primeros aceites de campaña marca, además, el arranque de una nueva etapa para cooperativas, almazaras, productores, cocineros, tiendas gourmet y compradores que esperan un producto de temporada.

DOEN.es relaciona esa nueva campaña con una idea amplia del AOVE, no solo como ingrediente de cocina, sino como parte de una forma de comer ligada a la tradición alimentaria española. En su planteamiento, el aceite de oliva virgen extra forma parte de preparaciones cotidianas, como una tostada o una ensalada, y también de platos más elaborados. La empresa lo presenta como un producto presente en verduras,

pescados, carnes, conservas, quesos, salsas y recetas de restauración.

La plataforma enmarca ese mensaje en la Dieta Mediterránea, a la que vincula con el calendario natural, la cocina doméstica, la transmisión de conocimientos y el hecho de compartir la mesa. En ese ámbito, el AOVE ocupa, a juicio de la compañía, una posición esencial porque puede ser un alimento de uso diario y, al mismo tiempo, un producto con protagonismo propio cuando se consume en crudo.

La empresa también introduce una referencia al valor nutricional del aceite de oliva virgen extra. DOEN.es recuerda que el producto contiene ácidos grasos monoinsaturados y compuestos naturales como los polifenoles, pero evita presentarlo como un alimento con propiedades milagrosas. Su planteamiento pasa por situarlo dentro de un patrón alimentario equilibrado y variado. En esa misma línea, señala que la normativa europea reconoce determinadas declaraciones saludables sobre el aceite de oliva y algunos de sus componentes bajo condiciones concretas.

Uno de los ejes de la comunicación es el papel de sus dos productores fundadores vinculados al aceite. Sobre SCA Nuestra Señora de la Encarnación, la plataforma subraya el peso de la tradición cooperativa y del trabajo colectivo en torno al olivar. En el caso de Oleum Alcazaba, DOEN.es pone el acento en una elaboración cuidada y orientada a consumidores que buscan aceites seleccionados y una experiencia gastronómica definida.

La empresa sostiene que la presencia de ambos proyectos permite explicar al comprador qué hay detrás de una botella de AOVE. En esa cadena sitúa el olivar, la campaña, la recolección, la molturación, la conservación y el conocimiento acumulado por quienes elaboran el producto. También liga ese recorrido a la importancia social y económica del aceite de oliva en distintas zonas de España.

Junto al mensaje sobre el producto, DOEN.es ha precisado cuál es su función comercial. La compañía recalca que no es una denominación de origen protegida, una indicación geográfica protegida ni un organismo certificador. Su actividad consiste en distribuir productos amparados por figuras oficiales de calidad diferenciada cuando esa información figura en cada ficha, junto con artículos incluidos en Selección Excelencia DOEN, una distinción propia de la plataforma.

La empresa presenta esa aclaración como una fórmula para que el consumidor sepa qué compra y en qué condiciones se identifica cada referencia. La plataforma sostiene que ese tipo de información permite elegir con más criterio y da más visibilidad a los productores dentro del canal digital especializado.

DOEN.es dirige su oferta tanto al comprador particular como al profesional. Entre sus clientes potenciales cita hogares, restaurantes, hoteles, tiendas gourmet, distribuidores y operadores del canal HORECA. La compañía añade que ha renovado su estructura digital, ha abierto un área de registro para productores y ha activado su canal B2B para facilitar la llegada del AOVE y de otros alimentos españoles a consumidores y profesionales.

La firma, que también trabaja en exportación dentro de la Unión Europea, presenta la nueva campaña oleícola como un momento para volver a fijarse en los productos de temporada y en las diferencias entre un aceite de inicio de campaña y otros perfiles más maduros. En ese mensaje, el AOVE de cosecha temprana aparece como una categoría con identidad propia dentro del mercado del aceite de oliva y como una de las apuestas de la plataforma para el arranque del curso comercial de otoño.