vinetur

DOEN.es impulsa la venta por internet de alimentos españoles con denominación de origen

La plataforma de Elche defiende el canal digital para ampliar el alcance de pequeños elaboradores sin sustituir sus ventas habituales

miércoles 14 de octubre de 2026

DOEN.es, una plataforma de comercialización alimentaria impulsada desde Elche, ha vinculado su actividad al Día Mundial de la Alimentación, que la FAO celebrará el próximo 16 de octubre, para defender el uso de herramientas digitales en la venta de productos españoles con denominación de origen protegida e indicación geográfica protegida. La empresa sostiene que su modelo busca acercar estos alimentos al consumidor por internet sin sustituir la identidad de los productores ni sus canales habituales de venta.

La iniciativa parte de una idea simple: usar el comercio electrónico para ampliar el alcance de alimentos ligados a un territorio, a un oficio y a formas de elaboración transmitidas durante generaciones. DOEN.es afirma que esa fórmula puede ayudar a que pequeños elaboradores ganen presencia ante nuevos compradores y a que el cliente encuentre referencias que no siempre están disponibles fuera de su zona de origen.

La compañía relaciona ese planteamiento con la jornada promovida por la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, centrada este año en la innovación aplicada a la alimentación. Para la plataforma alicantina, esa innovación no

pasa solo por nuevas técnicas de producción, sino también por mejorar la difusión comercial y la información que recibe el comprador sobre cada producto.

Los datos oficiales del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación sitúan a España entre los países con mayor peso en calidad alimentaria diferenciada dentro de la Unión Europea. A 1 de diciembre de 2025, el registro comunitario sumaba 393 figuras españolas: 216 denominaciones de origen protegidas, 174 indicaciones geográficas protegidas y 3 especialidades tradicionales garantizadas. DOEN.es remarca que esa cifra convierte a España en el país comunitario con más sellos de este tipo.

Estas figuras protegen alimentos vinculados a un origen concreto o a un método de elaboración reconocido. En el caso de las DOP, la producción, transformación y elaboración se realizan en la zona geográfica amparada. Las IGP exigen una vinculación con ese territorio en al menos una de esas fases. Las ETG, por su parte, reconocen composiciones o procesos tradicionales, aunque no estén ligados a un lugar concreto. Junto a esos sellos conviven otras elaboraciones artesanales que forman parte del patrimonio alimentario español, pero que no cuentan con una figura oficial europea.

La plataforma nacida en Elche se presentó en abril de 2026 y ha ido formando un catálogo con aceites de oliva virgen extra, vinos, jamones y embutidos, quesos, anchoas y otras conservas, mieles, frutas y otros productos seleccionados. La oferta se dirige tanto a consumidores particulares como a profesionales de hostelería y restauración. La empresa señala que la ficha de cada referencia incorpora información sobre el alimento y sobre quien lo elabora, con la intención de que la compra no se limite al precio o a la marca.

Entre los productores que han pasado a formar parte de la trayectoria del proyecto figuran Jamones Eíriz, Bodegas Luis Saavedra y Anchoas M. A. Revilla. DOEN.es indica que cada artículo mantiene la identificación comercial y las características que corresponden a su elaborador y, cuando existe, a su régimen oficial de calidad.

El catálogo diferencia entre los productos amparados por DOP o IGP y los incluidos en “Selección Excelencia DOEN”, una categoría comercial propia. La empresa precisa que esa denominación privada agrupa elaboraciones artesanales, ecológicas o de especial interés gastronómico, pero no equivale a una certificación oficial ni sustituye a los

reconocimientos concedidos por la Unión Europea. Esa aclaración es relevante en un mercado donde conviven sellos públicos, marcas colectivas y categorías creadas por distribuidores.

Luis Miguel Sánchez Martínez, responsable de DOEN.es, sostiene que la tecnología puede abrir una nueva vía de acceso para productos ya asentados en sus territorios de origen. “España cuenta con productores que llevan generaciones elaborando alimentos extraordinarios. La tecnología puede ayudar a que más personas conozcan su trabajo, descubran sus productos y valoren la riqueza de nuestros territorios. Innovar no significa renunciar a la tradición, sino ponerla al alcance de nuevos consumidores”, afirma.

La empresa enmarca ese mensaje en un escenario alimentario mucho más amplio. La FAO recuerda en su informe de 2026 que alrededor de 645 millones de personas padecieron hambre en 2025 y que 2.690 millones no pudieron permitirse una dieta saludable. A partir de esas cifras, el organismo reclama mejoras en la producción, la distribución y el acceso a los alimentos. DOEN.es limita su aportación a un terreno concreto: la comercialización digital de alimentos españoles de origen reconocido y de otras elaboraciones artesanales.

La firma alicantina entiende que el comercio por internet puede servir como puente entre territorios productores y consumidores urbanos o alejados de esas zonas. También considera que el canal digital permite ordenar mejor la oferta, explicar el valor añadido de cada referencia y abrir una puerta adicional para productores que ya venden a través de tiendas físicas, distribuidores o venta directa.

Con esa estrategia, DOEN.es quiere ocupar un espacio en un segmento que mezcla alimentación de origen, compra online y búsqueda de trazabilidad por parte del cliente. Su actividad se apoya en productos con DOP e IGP, junto a una selección privada de elaboraciones artesanales, y se dirige tanto al consumo doméstico como al canal profesional de hostelería y restauración.