vinetur

DOEN.es propone que los restaurantes detallen en sus cartas el productor y el origen

La propuesta busca que el cliente sepa qué consume, quién lo elabora y de dónde procede

lunes 19 de octubre de 2026

La plataforma española DOEN.es ha planteado que los restaurantes identifiquen con más precisión los productos que sirven en sus cartas, con mención al productor, al territorio y, cuando proceda, a la Denominación de Origen Protegida o a la Indicación Geográfica Protegida correspondiente. La iniciativa se presenta con motivo del Día Internacional del Chef, que se celebra este martes, 20 de octubre.

La empresa, con sede en Elche y activa desde el pasado 24 de abril, ha bautizado la propuesta como “Productos con nombre y apellido”. Su objetivo, en palabras de la compañía, es que el comensal no reciba una referencia genérica a “vino”, “aceite”, “queso” o “jamón”, sino una información más concreta sobre qué consume y quién lo elabora.

DOEN.es sostiene que esa práctica puede aplicarse sin convertir una carta en un documento técnico. La idea pasa por añadir datos comprensibles para el cliente, como la almazara y la variedad de un aceite de oliva virgen extra, la bodega y la denominación de un vino, la categoría y el productor de un jamón o la quesería y el tipo de leche de un queso.

Luis Miguel Sánchez Martínez, consejero delegado de DOEN.es, afirma que el papel del cocinero no termina en la elaboración del plato y que la elección de proveedores y la explicación de la procedencia de los ingredientes forman parte de la relación entre hostelería y cliente. A su juicio, cuando una carta identifica al elaborador de un vino, un aceite, un queso o un jamón, también reconoce el trabajo de familias, cooperativas y pequeños productores.

La propuesta se dirige a cocineros, restaurantes, hoteles, casas rurales y otros negocios de hostelería. También incluye tiendas gourmet y empresas de catering. La plataforma plantea varias formas de aplicar esa información: incorporarla en la carta, trasladarla desde la sala o asociarla a menús y degustaciones concretas.

DOEN.es comercializa productos de nueve comunidades autónomas y reúne categorías como aceites de oliva virgen extra, vinos, espirituosos, jamón ibérico, embutidos, quesos, conservas, mieles, frutas ecológicas y otras elaboraciones artesanales. La empresa vincula su planteamiento con el peso de los sellos de origen en España y recuerda que el país suma 393 figuras de calidad, la cifra más alta de la Unión Europea, según traslada la propia compañía.

Uno de los puntos en los que insiste la plataforma es la diferencia entre los sellos oficiales y sus distinciones comerciales. La empresa recuerda que las DOP y las IGP son figuras reguladas por la Unión Europea y que solo deben citarse cuando el producto esté realmente amparado por ellas. De forma separada, DOEN.es utiliza la marca privada “Selección Excelencia DOEN” para algunas elaboraciones artesanales, ecológicas o de interés gastronómico, una categoría que, según precisa, no equivale a una certificación oficial.

La empresa extiende esa misma lógica a productos menos habituales en las cartas. Entre ellos cita las frutas deshidratadas, que ocupan un espacio propio en su catálogo. La plataforma comercializa naranjas y mandarinas para coctelería, formatos para consumo como snack y distintas combinaciones y mousses. Su argumento es que también en estos casos conviene identificar la materia prima, el método de transformación y la empresa responsable del producto final.

DOEN.es ha incorporado además a su catálogo el zurracapote elaborado por Bodegas Sierra Marita. La plataforma lo presenta como una interpretación actual de una preparación tradicional española, compuesta por vino, frutas y un toque de canela, y disponible en versión tinta y blanca. Para la empresa, este ejemplo sirve para explicar el sentido de su iniciativa: ofrecer al cliente información sobre la elaboración, el productor y el origen del producto.

La compañía opera con dos líneas de negocio: una orientada al consumidor final y otra para el canal profesional B2B HORECA. En este último apartado, la empresa afirma que busca facilitar el acceso de restaurantes y otros negocios a productos españoles seleccionados, con posibilidad de filtrar por categoría, territorio y características del alimento o bebida. En su canal para particulares, añade que mantiene los precios fijados para los productos sin sumar recargos al comprador y que ofrece envío gratuito a la Península.

La celebración del Día Internacional del Chef sirve a la empresa para insistir en una idea: cocinar también implica explicar. DOEN.es relaciona esa fecha con la educación alimentaria y con la necesidad de que el consumidor sepa distinguir categorías, procedencias y sistemas de elaboración. Sánchez Martínez sostiene que pedir un producto español de calidad puede ser también una forma de conocer quién lo hace y por qué se diferencia de otros, y sitúa al chef como la figura que puede trasladar esa información al cliente.