

CONSUMO

Menú 'made in Spain'

MARCA DE ORIGEN De la unión de Plátano de Canarias a las 34 DOP en aceite o las 144 en vino.

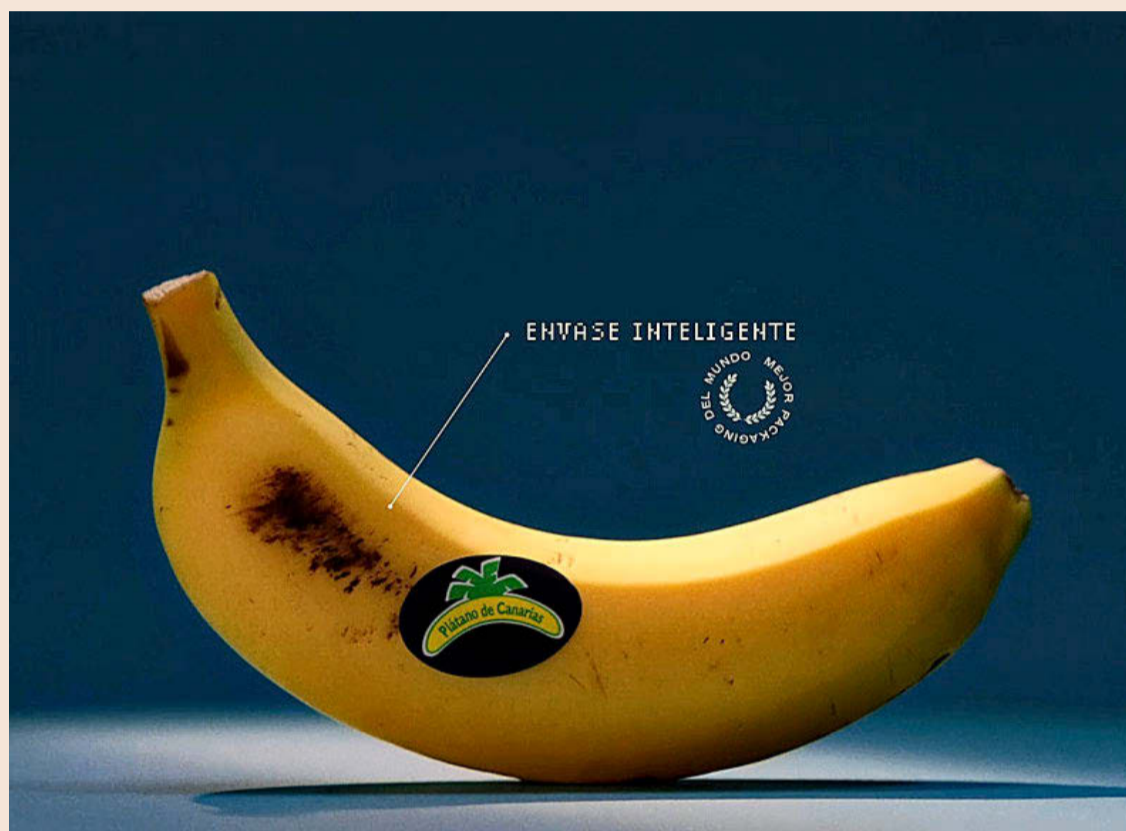
Lucía Junco. Madrid

Una manzanilla con unas aceitunas de Málaga o de Mallorca para ir abriendo boca. El aperitivo se completa con jamón ibérico de Calasparra, Guijuelo, Jabugo, Los Pedroches, Dehesa de Extremadura; o serrano de Serón, Trevelez o Teruel. Regado con un Rioja, Toro, Ribera del Duero, Ribeiro, Priorat, Penedés... (hay hasta 144 regiones vinícolas protegidas). Un poco de embutido como cecina de León, longaniza de Vic o sobrasada de Mallorca, con miel (de Granada, Tenerife, Liébana, La Alcarria o extremeña de Villuercas) sobre pan mollete, de cruz de Ciudad Real, Pagés catalán o de Cea gallego, con los que también acompañar una exquisita tabla de quesos con Idiazábal, Cabrales, Gamoneu, Torta del Casar, Mahón o Manchego (hay 29 tipos de queso con sello de origen). La podemos adornar con frutos secos, como las nueces de Norepio, avellanas de Rus o almendras de Mallorca.

Ya en la mesa, de primero, un plato de cuchara, con garbanzo de Escadana o faba asturiana, alubia de la Bañeza, judía de Ávila o lenteja de Tierra de campos (son doce las legumbres protegidas). Quizás prefiera arroz, de Calasparra, del Delta del Ebro o valenciano. Una ensalada con espárragos de Navarra o Huéto-Tajar, tomate La Cañada, cebolla Fuentes de Ebro o de La Mancha o pimiento (del Piquillo, del Bierzo, gallego, de Guernica...); aromatizada con vinagre andaluz (de Jerez, Montilla o Condado de Huelva) y aceite de alguno de los que se producen en 34 zonas. Si quiere unas verduras con garantía, berenjena de Almagro, los calçots del Valls, coliflor de Calahorra o alcachofas de Tudela.

Si es de carne, que sea de Ávila, Cantabria, Salamanca o de la Sierra de Guadarrama; más ligera, una ternera asturiana, de los Pirineos Catalanes o de Aliste. El chuletón, gallego o del País Vasco; el ternasco de Aragón y el cordero, segureño; con patatas cocidas de Prades o gallegas. Si no, pescado, caballa o melva; o capón de Vilalba o pollo del Prat al ajo morado de Las Pedroñeras.

De postre, macedonia con melocotón de Calanda, manzana reineta del Bierzo o de Girona, melón de La Mancha, pera, de Lleida, de Rincón de Soto (Rioja) o Jumilla (Murcia) y clementinas de tierras del Ebro. La cereza del Jerte o de la Montaña de Alicante... y el plátano, de Canarias. Si prefiere dulce, alfajor de Medina Sidonia, sobao Pasiego, mantecadas de Astorga y hasta tarta de Santiago. Si gusta de sobremesa, chinchón de Madrid, hierbas ibicencas, pacharán navarro o brandy de Jerez.



Plátano de Canarias, IGP y enseña que representa a 15.000 familias que producen más de 400 millones de kilogramos de plátanos al año, es la primera enseña de gran consumo en frutas y verduras, según el informe Brand Footprint 2023 de Kantar.

En España contamos con 368 denominaciones de origen protegidas e indicaciones geográficas (IGP), 204 agroalimentarias, 144 vinos, 19 espirituosos y un vino aromatizado. Son sellos que, además de garantizar la procedencia, una zona geográfica delimitada, el uso de variedades determinadas y características organolépticas, entre otros requisitos, "actúan a su vez como marcas paraguas o como marcas colectivas de otras enseñas con el objetivo de aportar un sello de calidad frente al consumidor. Para que así sea, es fundamental que los consumidores, o sus públicos objetivos, las conozcan, por lo que también deben desarrollar su propio esfuerzo de construcción de marca, que a su vez debe ser respetuoso con la estrategia de las marcas comerciales que puedan operar bajo dicho paraguas", recuerda Pablo López Gil, director general de Foro Marcas Renombradas Españolas. Pero, además de marcas paraguas, pueden llegar a convertirse en marcas únicas en sí mismas, como es el caso de Plátano de Canarias, IGP pero también la primera enseña de gran consumo en frutas y verduras, según el informe Brand Footprint 2023 de Kantar. Con un consumo recurrente cada 17 días en más de 16,5 millones de hogares, se sitúa por delante de Zespri, Florette o las manzanas Marlene, "hija de los Alpes", referente también de su origen, aunque no español. Según la consultora GfK, Plátano de Canarias

En España existen 368 sellos de denominación de origen e indicaciones geográficas protegidas

Permiten una asociación clara de garantía, impacto comunitario y un discurso de marca común

es, además, una enseña que se asocia a valores como calidad, tradición y confianza, con una notoriedad que alcanza consistentemente más del 97% y con una preferencia frente a sus competidores directos que supera el 85% de los hogares.

Es una prueba de que "la marca de origen tiene sentido siempre que no se fragmente a su mínima expresión", recuerda Pedro Zarzalejos, *associate director* de Interbrand. Y es que más de 360 sellos son muchos. "Una marca tiene que generar preferencia frente a un producto no *brandead* que es lo que permitirá además una prima en el precio por su garantía de calidad, desarrollo, innovación e impacto", explica Zarzalejos. "La unión hace la fuerza y cuántos más recursos se puedan centralizar mejor captará la atención del consumidor, a quien, en cuestión de segundos, hay que transmitirle el producto y servicio que representa".

Plátano de Canarias o las grandes denominaciones en vinos como Rioja o Ribera del Duero son enseñas "que permiten una asociación clara de regulación, tradición, impacto comunitario y de vinculación con la economía; y que, además, favorecen y fomentan un discurso de marca común a la historia del producto".

Simbiosis

Pero las DOP o IPG no son las únicas que hacen gala de su origen patrio. Otras compañías como Central Lechera Asturiana, tercera global en gran consumo según Kantar, Estrella Galicia o Turia; y fuera de la mesa, desde Santander al calzado Hispanitas o Cantabria Labs también son abanderados de su tierra. Muchas, por herencia y vinculación histórica con la región en la que nacieron o porque su origen les aporta también valor en industrias en las que España es referente, además de en alimentación, calzado, textil o turismo. Según López Gil, "la asociación a la ciudad, territorio o país de origen se realiza cuando genera connotaciones positivas y aporta valor en el mercado. Otras enseñas han vinculado su origen a la marca a través de un endoso, como pueden ser los casos de Natura Bissé-Barcelona o Loewe-Madrid, por mencionar dos ejemplos. En todo caso la asociación positiva se genera en ambas direcciones, dado el renombre y el prestigio que aportan las propias marcas".

LIBROS



El impacto de la antigua Roma

Momentos de la antigua Roma que cambiaron el mundo (Espasa) es un libro imprescindible para los amantes de la antigua Roma, escrito por el arqueólogo Néstor F. Marqués. Autor de otros libros como *La vida cotidiana de los romanos a través de su calendario* o *Fake news de la antigua Roma. Engaños, propaganda y mentiras de hace 2000 años*, Marqués presenta datos aún hoy desconocidos de cómo esta civilización, la más influyente de nuestra historia, aún sigue muy viva.



Éxito en Wall Street

Por primera vez traducidas al español, las memorias de Benjamin Graham permiten comprender mejor las razones detrás del éxito de sus técnicas financieras, las primeras en tener una fundamentación intelectual sólida. Considerado por Warren Buffett, el "mejor libro sobre inversión jamás escrito", llega a las librerías hoy bajo el título *Las memorias del decano de Wall Street* (Deusto).



Un 'thriller' judicial

La rebelión de los buenos (Planeta), de Roberto Santiago, ha obtenido el Premio Fernando Lara. El autor de literatura infantil y juvenil debutó en la literatura para adultos con el *thriller* judicial *Ana*, y vuelve a demostrar cuánto domina este género. Con una trama compleja y trepidante, la novela está protagonizada por un grupo de abogados que se enfrentan a una multinacional farmacéutica.