

La Breña también es una marca

Dos empresas de Barbate y una de Vejer disfrutan para sus productos de la garantía de calidad que les brinda el sello de 'su' Parque Natural

NOELIA SENABRE

■ CÁDIZ. El Parque Natural de La Breña y Marismas del Barbate es mucho más que un espacio natural protegido desde 1989, que asienta sus más de 5.000 hectáreas entre Vejer de la Frontera y Barbate.

Es también una marca. Un distintivo que ya disfrutaban tres empresas jandeñas, dos en Barbate y una en Vejer, que nada tienen que ver entre sí en lo que a sus productos se refiere.

La idea surgió de la Consejería de Medio Ambiente de Junta de Andalucía con el único propósito de vender las excelencias naturales de los negocios de los municipios próximos a los espacios protegidos con una serie de garantías. O bien que cocine o elabore sus productos con ingredientes de la tierra y de forma artesanal en caso de negocios de alimentación, o bien que su empresa sea ecológica o impulse iniciativas relacionadas con el medio natural.

A fin de cuentas, se trata de garantizar los productos para que lleguen con todas las calidades al consumidor. En el caso de Barbate, de este paraguas que brinda la marca Parque Natural disfrutaban las empresas Confitería Martínez y Salpesca, y en Vejer, el hotel la Casa del Califa.

La empresa confitera fue la primera de la Janda en conseguir este sello de calidad. Hace dos años que lo tiene y así lo refleja en sus productos de elaboración propia como la piñonada de la Breña, rocas del tajo, boleros, guirlaches y sardinillas dulces de Barbate (o mazapanes en forma de sardina presentadas en una caja que simula una lata de conservas).

"Para la piñonada garantizamos el piñón andaluz y en unos meses, el autóctono de la Breña. Las rocas del tajo son bombones de coberturas de chocolate, bien de chocolate negro con almendras, con tiras



1. Dos de los propietarios de la Confitería Martínez, madre e hijo, posan junto a una succulenta muestra de la piñonada de la Breña en el negocio familiar. 2. Varios de los productos de la empresa Salpesca, de atún, salazones y derivados, estuchados por la Marca Parque Natural. 3. Vista de una pintoresca callejuela típica de Vejer por la que se accede a una de las habitaciones del Hotel Casa Califa, que también cuenta con restaurante y disfruta de la marca de La Breña por su impulso del parque. | Fotos: MANUEL ARAGÓN PINA



de naranja confitada, y otras de chocolate blanco y nueces o de chocolate con leche y piñones", explicaba Juan Manuel Martínez, uno de los responsables del negocio que ahora acaba de renombrarse como Tres Martínez, porque lo lleva los tres hermanos de la tercera generación de confiteros.

"Ahora acabamos de pasar una nueva auditoría de seguimiento de la marca y hemos conseguido incluir el pan de Cádiz", apuntó Martínez, para indicar después que la mayor ventaja que supone esta marca es que supone una garantía de sus productos.

"Participamos también en las ferias que organiza Medio Ambiente y nos incluyen en los dípticos y los folletos que editan para difundir la marca, aunque la divulgación po-

FALTA DE DIFUSIÓN
La única pega que ponen los negocios con la Marca Parque Natural es que falta más promoción por parte de la Junta

dría ser mayor porque no se promociona este sello como otros creados por la Junta", apostilló.

José Luis Gómez, en nombre de Salpesca, también alabó las ventajas de pertenecer a la marca, que disfruta esta empresa desde primeros de 2005. "Es una forma de diferenciarnos de otras por la elaboración artesanal de nuestros productos con respeto al medio ambiente". Esta firma barbateña se dedica a los salazones, las conservas y los ahumados y cuenta, además, con la garantía de otra figura, la de la Calidad Certificada, para su mojava. El representante de Salpesca también echa en falta mayor promoción de la marca "porque todavía son pocos los que la conocen".

La última firma en conseguirla ha sido el hotel la Casa del Califa en Vejer, que también cuenta con un restaurante. Según una de sus responsables, Regla Álvarez, hace pocos meses que tienen esta garantía concedida la difusión que hace de La Breña con rutas en bicicleta y de senderismo, "además de por el cuidado del medio con el uso de placas solares". Debido al poco tiempo que hace que tiene esta marca, Álvarez asegura que aún no ha visto resultados pero está segura de que los habrá.