vinetur

Martin Miller’s Gin reivindica los clásicos de la coctelería

La marca propone Pink Lady, Clover Club, Paloma y Ramos Gin Fizz para el Día del Cóctel

miércoles 13 de mayo de 2026



Este 13 de mayo se celebra el Día del Cóctel y Martin Miller’s Gin ha presentado una propuesta centrada en las historias que hay detrás de algunos clásicos de la mixología. La marca plantea esta fecha como una ocasión para brindar por recetas que forman parte de la cultura de la coctelería y para recuperar otras menos conocidas que también tienen recorrido propio.

La nota de prensa sitúa el cóctel como una combinación en la que cuentan la identidad, la armonía entre sabores, los ingredientes y los colores. Desde esa idea, Martin Miller’s Gin invita a preparar estas recetas tanto en la barra de un bar como en casa, con la intención de poner el foco en el relato que acompaña a cada mezcla.

La firma recuerda además su método de elaboración, basado en una destilación por separado de botánicos cítricos y terrosos, que después se mezcla con agua de Islandia. Según la compañía, ese proceso busca realzar cada matiz sin tapar la esencia de cada cóctel.

Entre las recetas que menciona está el Pink Lady, un clásico que alcanzó popularidad durante la Prohibición en Estados Unidos. La marca subraya su dulzura y plantea su combinación con Martin Miller’s Gin como una propuesta con carácter.

También aparece el Clover Club, cuyo nombre procede del club social de Filadelfia del mismo nombre, integrado por hombres de negocios y periodistas. La nota lo presenta como un referente de la mixología clásica por su color rosado y su textura suave, y lo sitúa entre los cócteles que pueden prepararse con la ginebra de la marca.

El recorrido continúa con la Paloma, una bebida de origen exacto incierto que está considerada el cóctel nacional de México. Martin Miller’s Gin propone llevarla a su terreno con La Palomilla, una combinación refrescante que equilibra lo ácido y lo cremoso.

La propuesta se completa con el Ramos Gin Fizz, creado en Nueva Orleans en época de carnavales. La marca lo describe como una receta de textura cremosa y espuma densa, que sobrevivió como secreto durante la Ley Seca antes de consolidarse como un clásico atemporal.

En el texto, Martin Miller’s Gin presenta estas elaboraciones como ejemplos de cómo la coctelería mezcla tradición e innovación. La compañía anima a brindar por las historias que hay detrás de cada cóctel, también por las de aquellos que no son tan conocidos, y por las que todavía quedan por contar.

La nota incluye además una breve presentación de la marca. Martin Miller’s Gin nació con la idea de crear una ginebra que supiera a ginebra y se lanzó en 1999, en un momento que la compañía vincula con el renacimiento de la ginebra. Su proceso de destilación en dos pasos separa primero el enebro y los botánicos terrosos, y después los botánicos cítricos, antes de unir ambos destilados.

Desde 2004, la marca afirma haber ganado la mayoría de los premios de cualquier marca de gin en el mundo. También señala que ha obtenido más medallas de oro y platino que cualquier otra marca en los últimos diez años en certámenes como el ISC, IWSC y la Competición Mundial de Espíritus de San Francisco. Además, dice haber recibido el Superlative Award del Instituto de Degustación de Bebidas de EE. UU. y haber logrado 97 puntos en múltiples ocasiones.

La compañía recuerda igualmente que en enero de 2018 Zamora Company adquirió la mayoría de las acciones de Martin Miller’s Gin con el objetivo de mantener el estatus de la marca dentro del mercado de la ginebra súper premium.

En el apartado corporativo, Zamora Company se presenta como una empresa española de capital 100% familiar dedicada a la elaboración y comercialización de espirituosos y vinos de alto valor añadido. La firma afirma tener presencia en más de 80 países, un equipo internacional de más de 580 personas, plantas de producción en España, Italia y EE. UU., y una facturación anual de 260 millones de euros en 2024.

La compañía añade que nació hace casi 80 años de la mano de Licor 43 y que hoy es propietaria de marcas como Licor 43, Ramón Bilbao, Limoncello Villa Massa, Martin Miller's Gin, Lolea, Mar de Frades, Godeval, Zoco, Cruz de Alba, Thunder Bitch, El Afilador, Yellow Rose, Tequila Volteo y Berezko. A esa lista suma otras marcas distribuidas como Tequila Buen Amigo, Ron Abuelo, Champagne Pommery, Tito’s Vodka y Tequila Don Ramón.

Zamora Company también señala que impulsa el desarrollo sostenible a través de su plan de Empresa Consciente, basado en tres ejes: buen gobierno, transparencia y liderazgo consciente.