vinetur

La ginebra alcanza el 16,6% del mercado español de destilados

Espirituosos España sitúa a esta bebida como el tercer destilado más comercializado en el país

viernes 12 de junio de 2026



La ginebra celebrará su Día Mundial este sábado, 13 de junio, en una edición que volverá a reunir a aficionados, profesionales de la hostelería, destiladores y bartenders en torno a una de las categorías con más peso dentro de las bebidas espirituosas. La efeméride se conmemora cada segundo sábado de junio y, de acuerdo con los datos difundidos por Espirituosos España, llega en un momento en el que esta bebida

mantiene una posición relevante tanto en el mercado nacional como en el internacional.

En España, la ginebra representa el 16,6% del volumen total de destilados comercializados, según el Informe Socioeconómico 2025 de Espirituosos España. Esa cuota la sitúa como la tercera categoría de bebidas espirituosas más comercializada en el país, solo por detrás de los licores, con un 24,9%, y del whisky, con un 22,2%.

La federación sectorial vincula ese peso en el mercado con la capacidad de la ginebra para adaptarse a nuevas pautas de consumo, en especial a las relacionadas con la coctelería de autor, la premiumización y las experiencias de mayor valor añadido. También subraya su presencia en bares, restaurantes y espacios de ocio, donde se ha asentado como una de las bebidas más ligadas a la socialización y a la coctelería contemporánea.

El origen de la ginebra se remonta al siglo XVII en Holanda, donde nació como remedio medicinal. Más tarde se popularizó en Reino Unido tras su introducción en las islas por soldados británicos. Ya en el siglo XXI, el británico Neil Houston creó en Birmingham, en 2009, el Día Mundial de la Ginebra con la idea de reunir a un grupo de amigos para brindar por esta bebida. Desde entonces, la celebración se ha extendido entre consumidores y profesionales del sector en distintos países.

Espirituosos España sostiene que en los últimos años la ginebra ha reforzado su perfil como una categoría versátil, ligada tanto a la tradición destiladora como a la innovación en sabores, elaboraciones, botánicos y formas de consumo. A juicio de la organización, esa evolución también ha tenido efecto en el canal hostelero, donde la sofisticación del servicio, la innovación en combinados, la incorporación de botánicos, mixers premium y presentaciones más cuidadas han afianzado su presencia en bares, restaurantes y coctelerías.

La entidad añade que la ginebra ha ganado peso como vehículo de proyección exterior para marcas españolas. En su valoración, la combinación de tradición destiladora, creatividad, calidad, diseño, innovación y relación con el estilo de vida mediterráneo ha permitido a numerosas enseñas españolas situarse en el segmento premium y competir fuera de España con propuestas propias. Esa capacidad exportadora, apuntan

desde la federación, refuerza el papel de la ginebra como embajadora de la gastronomía, la hostelería y la cultura de consumo responsable asociadas al país.

La relación de esta bebida con la coctelería ocupa una parte central en el análisis de Espirituosos España. La organización afirma que la cultura del cóctel vive una etapa de revitalización, sobre todo entre consumidores adultos que buscan elaboraciones más cuidadas y propuestas de mayor calidad vinculadas a la hostelería. En ese escenario, la ginebra se ha consolidado, según la federación, como uno de los ingredientes más versátiles dentro de la coctelería y ha favorecido el desarrollo de propuestas creativas, experiencias de mixología y nuevas formas de acercar el producto al consumidor adulto.

La historia de la ginebra en España tiene uno de sus principales puntos de arraigo en Menorca. Espirituosos España recuerda que allí se popularizó durante el siglo XVIII bajo influencia británica. Desde entonces, la categoría ha evolucionado combinando conocimiento destilador, materias primas agrícolas, botánicos propios de la región mediterránea e innovación de producto, además de una conexión estrecha con la gastronomía y la hostelería. La federación añade que el auge del gin-tonic también ha reforzado su presencia en el canal hostelero, al impulsar propuestas más cuidadas y ligadas al consumo adulto responsable.

Bosco Torremocha, director ejecutivo de Espirituosos España, afirma que “la ginebra es una categoría que combina tradición, innovación y cultura de producto”. En su opinión, su papel en la hostelería y en la coctelería refleja la evolución del consumidor adulto hacia experiencias de mayor calidad, “siempre desde la responsabilidad y el consumo moderado”. Torremocha añade que su capacidad para proyectarse en los mercados internacionales la convierte en una embajadora de la Marca España, de la gastronomía y de una forma de entender el ocio responsable.

Espirituosos España agrupa a productores y distribuidores de bebidas alcohólicas procedentes de la destilación de materias primas agrícolas en España. La organización, creada en 1999, asegura que representa a prácticamente el 100% del sector. Entre las bebidas espirituosas que se producen tradicionalmente en España cita el brandy, el whisky, el ron, la ginebra, los licores, los aguardientes y los orujos.

La celebración del próximo sábado llega así con una categoría asentada en el mercado español, con presencia estable en la hostelería y con un papel cada vez más ligado a la coctelería, la gastronomía y las propuestas premium dirigidas al consumidor adulto.