vinetur

Exótica Gin 1890 lleva su origen de Constantina al centro de su nueva campaña

La marca amplía su presencia en Andalucía y Levante con acciones en hostelería, exterior, digital y ocio

miércoles 1 de julio de 2026

Exótica Gin 1890 ha puesto en marcha una nueva campaña publicitaria con la que refuerza su posicionamiento a partir de su lugar de origen, Constantina, en la provincia de Sevilla. La marca, distribuida por Grupo Luis Caballero, presenta la iniciativa bajo el lema «NOS GUSTA» y sitúa el pueblo donde nació y se elabora la ginebra como eje del mensaje y de la imagen de marca.

La compañía explica que la campaña busca vincular el producto con la identidad personal, los gustos propios y los espacios cotidianos, frente a las tendencias pasajeras. La propuesta parte de la idea de que lo que define al consumidor no es lo que está de moda, sino aquello que disfruta de forma real. Con ese planteamiento, Exótica Gin 1890 quiere acercarse a un público que valora marcas próximas, honestas y con una historia propia.

Para desarrollar la campaña, el equipo creativo de IKI Pavlov se desplazó a Constantina, convertida en escenario principal de las piezas audiovisuales. El rodaje se realizó en calles, bares, terrazas, espacios de ocio, un centro de estética y una casa rural. La marca señala que estas localizaciones reales muestran distintos momentos de consumo y ocio y refuerzan el vínculo entre el producto y su procedencia.

La estrategia de comunicación se dirige sobre todo a Millennials y Generación Z. Según informa la marca, la campaña tendrá presencia en Sevilla, Cádiz, Huelva, Alicante y Valencia. El plan combina publicidad exterior, activación digital, colaboraciones con creadores de contenido y acciones ligadas al ocio.

La expansión en la zona de Levante forma parte del plan de introducción de Exótica Gin 1890 en ese territorio. La empresa indica que el objetivo es reforzar su posicionamiento en hostelería y ocio mediante su presencia en terrazas, bares, discotecas, chiringuitos y otros espacios de la costa mediterránea.

El calendario de activaciones comenzó el pasado 23 de junio en Alicante, coincidiendo con el ambiente festivo de la Hoguera de San Juan. Durante julio, la campaña llegará a Valencia, Huelva y Cádiz. La siguiente fase está prevista para octubre, con nuevas acciones en exterior y digital, eventos de mixología en Sevilla y colaboraciones con influencers vinculadas a esa experiencia.

El despliegue incluirá también campañas digitales geolocalizadas asociadas a festivales de música y entornos de ocio de la costa, presencia en YouTube, TikTok y Meta, fiestas de marca en establecimientos hosteleros y acuerdos con perfiles afines al universo de Exótica Gin 1890.

Entre esas colaboraciones figura Sandra Morales Ruiz, conocida en redes como @sandramoruizz. La creadora de contenido, centrada en cultura andaluza, historias locales y talento de proximidad, ha difundido una pieza audiovisual rodada en Constantina para mostrar el origen de la marca y a las personas que forman parte del proyecto, a las que la empresa denomina brand «envasadores».

Carlos Núñez, marketing manager de Grupo Luis Caballero, afirma que con Exótica Gin 1890 la empresa quiere seguir construyendo una marca con personalidad propia, capaz de conectar con quienes disfrutan de las cosas a su manera y valoran los momentos auténticos. Núñez sostiene que la campaña refleja situaciones reales, como volver al pueblo en verano, reencontrarse con los suyos y vivir lo cotidiano desde otra perspectiva. Añade que por ese motivo se rodó en Constantina, con la intención de situar en el centro el origen, las personas y las historias ligadas al proyecto.

La marca enmarca esta campaña en una línea de posicionamiento alejada del lujo aspiracional tradicional. Su planteamiento, según la empresa, pasa por dar valor al entorno propio y construir marca desde ese punto de partida. Ese enfoque se apoya en el lema «Ser auténtico es muy exótico», con el que Exótica Gin 1890 busca afianzarse dentro del segmento premium.

Exótica Gin 1890 se define como una ginebra premium de mora y canela nacida en Constantina. Su distribución corre a cargo de Grupo Luis Caballero, empresa familiar fundada en 1830 y con sede en El Puerto de Santa María, en Cádiz. El grupo se dedica a la elaboración y comercialización de bebidas espirituosas y vinos y mantiene una vinculación con los vinos de la DO Jerez-Xérez-Sherry.

Grupo Luis Caballero está presente en más de 50 países y cuenta con 125 empleados. En su cartera figuran marcas de espirituosos como Ponche Caballero, Licor Miura, Ron Contrabando, Exótica Gin 1890 y Gin Burdon, además de vinos como Lustau, La Ina, Viña Herminia y Marqués de Irún.