vinetur

International Sherry Week bate su récord con 4.712 eventos en 26 países

Reino Unido lideró la participación con más de 2.600 actos en la campaña de los Vinos de Jerez

miércoles 11 de noviembre de 2026



La 13ª edición de International Sherry Week cerró el pasado 8 de noviembre con 4.712 eventos registrados en 26 países, un nuevo récord para esta campaña de promoción de los Vinos de Jerez y la Manzanilla de Sanlúcar de Barrameda. La cifra supone un 12% más que los 4.209 actos contabilizados en 2025, tras una semana de actividades celebrada del pasado 2 al pasado 8 de noviembre.

La cita, organizada por el Consejo Regulador de las denominaciones de origen Jerez-Xérès-Sherry y Manzanilla-Sanlúcar de Barrameda, sumó además una amplia difusión en redes sociales. Las cuentas oficiales en Instagram y Facebook, tanto nacionales como internacionales, reunieron más de 28,8 millones de reproducciones, 10,3 millones de espectadores acumulados y 20.800 interacciones. A ello se añaden 2,9 millones de personas alcanzadas por el hashtag #SherryWeek, de acuerdo con los datos de Mentionlytics.

Durante siete días participaron restaurantes, bares, coctelerías, bodegas y tiendas especializadas con catas, maridajes, propuestas gastronómicas y actividades culturales. Entre las acciones con mayor presencia figuraron 15 Sherry Rutas en ciudades de Europa, América y Asia, un formato que conecta establecimientos de distintas zonas bajo un mismo programa.

España reunió 799 eventos, con rutas en Madrid, Bilbao, Sevilla y Jerez. Entre los locales citados por la organización aparecen Dani Brasserie, en Madrid; Euskalduna by Etxanobe, en Bilbao; y Can Bo, en Barcelona. A ello se sumaron las Sherry Cocktail Sessions, tres rutas especiales en Madrid, Barcelona y Málaga con más de 35 establecimientos, entre ellos Paradiso, 1862 Dry Bar y Momus Bar.

En Jerez, la campaña tuvo presencia en la calle Larga con una acción de banderolas y una programación específica en el Aula Enogastronómica del Consejo Regulador. En ese espacio participaron el chef Javier Muñoz, del restaurante La Carboná, con una propuesta culinaria; Juan Ruiz Henestrosa, propietario de Little John, con la sesión Burgers and Sherries; y Belén Roldán y Cristina Muñoz con el taller creativo Sherry de Papel, que combinó collage analógico y degustación.

Reino Unido volvió a situarse a la cabeza por volumen, con más de 2.600 eventos, por encima de los 1.846 de 2025. Londres reunió 667 y contó con una Sherry Ruta propia. Entre los locales mencionados figuran Barrafina, Camino y Lady of the Grapes. El comercio especializado aportó 277 activaciones en puntos de venta, equivalentes a más de 1.800 jornadas de promociones y degustaciones, en cadenas y tiendas como Majestic, Booths, Laithwaites, Amathus y Cambridge Wine.

La directora de Promoción del Consejo Regulador, Carmen Aumesquet, realizó además una gira por Gran Bretaña para dirigir catas, maridajes y jornadas técnicas. Aumesquet afirmó que International Sherry Week permite comprobar cómo los Vinos de Jerez se disfrutan en mesas y barras de muchos países y vinculó el récord británico con la capacidad del producto para llegar a nuevos consumidores y afianzar su presencia en la restauración.

Estados Unidos cerró la edición con 677 eventos. Washington D. C. reunió 264 actividades y una Sherry Ruta en la que se incluyó la Sherry Fair at the Square. La edición de 2026 incorporó además nuevas rutas en San Diego y Nueva Orleans, con lo que amplía el mapa de la campaña en ese mercado.

Japón alcanzó 282 eventos, por encima de los algo más de 230 registrados en 2025. A la ruta de Tokio se sumaron dos itinerarios gastronómicos Sherry & Jamón, organizados con la Asociación Japonesa del Jamón en Tokio y Kioto-Osaka. El Consejo Regulador señala que estas acciones buscan poner en valor las posibilidades de maridaje de los Vinos de Jerez con la cocina japonesa y española.

Brasil reunió 104 actividades, con São Paulo como centro de una programación orientada a la gastronomía, la coctelería y la formación. Alemania contabilizó 32 eventos y una colaboración con Markthalle Neun, en Berlín. Ambos mercados tuvieron también campañas de cartelería urbana en las calles de São Paulo y Berlín, una medida con la que la organización ha llevado la imagen de Sherry Week fuera del entorno digital.

La embajadora de Sherry Week en Estados Unidos, Chantal Tseng, sostuvo que la cita sirve para recordar a consumidores y profesionales la calidad y la versatilidad de los Vinos de Jerez en la gastronomía y la coctelería. En su opinión, en un mercado con

muchas opciones el Jerez necesita un mayor reconocimiento y el apoyo de sus aficionados para seguir ganando presencia.