vinetur

La ginebra premium pierde fuerza en Europa pero encuentra oportunidades de crecimiento en EE.UU. y Japón

El consumo de ginebra de alta gama cae en mercados tradicionales mientras Texas lidera la demanda en Estados Unidos y Japón crece desde una base baja

viernes 22 de agosto de 2025



El mercado de la ginebra premium y superior atraviesa un momento de cambios en varios países desarrollados. Según los últimos datos de IWSR, el consumo de ginebra de alta gama ha disminuido en mercados como Reino Unido, Dinamarca y Suiza entre 2020 y 2024. En el Reino Unido, las ventas de ginebra premium y superior cayeron a una tasa anual compuesta del -12% durante ese periodo, mientras que en Dinamarca y Suiza las caídas fueron del -3% y -4% respectivamente. Las previsiones para los próximos años no muestran una recuperación clara, ya que se espera que la tendencia a la baja continúe o se mantenga estable.

En contraste, Japón ha mostrado un crecimiento en el consumo de ginebra, especialmente en las categorías premium y superior. Entre 2020 y 2024, el volumen total de ginebra creció a una tasa anual del 14%, mientras que la categoría premium y superior lo hizo al 18%. Sin embargo, este crecimiento parte de una base pequeña y el mercado japonés sigue dominado por marcas locales. En 2024, solo el 9% del volumen total correspondía a ginebras premium o superiores. Además, las marcas importadas han perdido terreno frente a las locales, que cuentan con precios más competitivos y campañas de marketing intensivas. Los turistas también muestran preferencia por productos japoneses.

En Estados Unidos, la situación es diferente según el estado analizado. Aunque el crecimiento nacional de la ginebra premium y superior fue del 3% anual entre 2020 y 2024, se prevé que se estabilice hasta 2029. Sin embargo, un análisis detallado por estados revela oportunidades concretas. Texas destaca como un territorio donde la premiumización es notable: en 2024, el 36% del volumen total de ginebra vendido en Texas correspondió a categorías premium o superiores. Illinois alcanzó el 33%, Nueva York el 30% y Florida el 21%.

El interés por la ginebra en Texas se apoya también en factores económicos y sociales. Según una encuesta realizada por IWSR Bevtrac en marzo de 2025, el 49% de los texanos se mostraba optimista sobre su futuro financiero, frente al 19% de los japoneses. Además, el 37% de los encuestados en Texas consideraba que sus finanzas personales estaban en buen estado, comparado con el 22% en Japón. En cuanto al consumo reciente, el 16% de los adultos con edad legal para beber en Texas había consumido ginebra en los últimos seis meses, superando ligeramente al dato japonés

del 13%.

Aunque la ginebra no es una bebida tradicionalmente asociada a Texas ni a Estados Unidos en general, ciudades como Austin o Dallas cuentan con una cultura coctelera consolidada. Esto abre la puerta a nuevas oportunidades para marcas que buscan posicionar productos super-premium en un entorno donde los consumidores muestran interés por bebidas de mayor calidad.

La herramienta US Navigator de IWSR permite comparar estos datos entre diferentes estados estadounidenses y otros países, ayudando a las empresas a identificar mercados potenciales para sus productos según su posicionamiento y estrategia. La información obtenida tanto del análisis cuantitativo como de las encuestas a consumidores resulta útil para tomar decisiones informadas sobre dónde invertir recursos y cómo adaptar las propuestas comerciales.

En resumen, aunque algunos mercados tradicionales muestran signos de saturación o retroceso para la ginebra premium y superior, existen territorios como Texas donde la demanda por productos exclusivos sigue creciendo. Las empresas del sector pueden aprovechar estos datos para ajustar sus estrategias e identificar nuevas oportunidades dentro del mercado estadounidense y más allá.