vinetur

Sa Tuna Gin supera los 150 puntos de venta y prevé producir más de 30.000 botellas en 2025

La ginebra artesanal de la Costa Brava amplía su gama y conquista restaurantes con estrella Michelin

martes 25 de noviembre de 2025


S4 -TUN4-25

Sa Tuna Gin es una marca de ginebra artesanal nacida en la Costa Brava. El proyecto fue creado por Ferran Monfort, David Río y Arnau Viusà, tres jóvenes que comenzaron esta iniciativa como un trabajo de bachillerato en 2020. Tras una buena acogida inicial en el sector hostelero, los fundadores decidieron profesionalizar la idea y lanzarla al mercado. Desde su lanzamiento oficial en 2023, la marca ha conseguido presencia en más de 150 puntos de venta y 250 restaurantes, incluyendo establecimientos con estrella Michelin como El Celler de Can Roca y Via Veneto.

La gama de productos de Sa Tuna Gin se ha ampliado recientemente con dos nuevas referencias: Sa Tuna 25 y Sa Tuna Dry. Sa Tuna 25 es una ginebra rosa con perfil dulce y afrutado, donde predominan las notas de arándano rojo y fresa sobre una base suave de enebro y un toque final de regaliz. Está pensada para combinar con refrescos como 7up, Sprite, tónica o cítricos como limón o naranja. Su precio es de 16,35 euros.

Por otro lado, Sa Tuna Dry responde a un estilo más clásico y mediterráneo. Se elabora con enebro y botánicos locales, ofreciendo un perfil seco y herbal. Se recomienda tomarla con tónica o un toque de naranja, añadiendo opcionalmente una rama de romero para realzar su carácter. El precio de esta referencia es de 15,95 euros.

La primera creación de la marca fue Sa Tuna 23 Gin Premium, que se caracteriza por sus notas cítricas procedentes de la cáscara de limón y naranja, combinadas con hinojo, cardamomo y comino. También incorpora arándanos rojos y canela para aportar suavidad al conjunto. Esta ginebra busca ofrecer una experiencia fresca y ligera tanto para cócteles como para tomar sola. Su precio es de 18,50 euros.

Todas las ginebras Sa Tuna se destilan en un alambique tradicional de cobre utilizando quince botánicos seleccionados. La marca pone especial atención en mantener un perfil mediterráneo y artesanal, reflejando el entorno natural e inspirándose en la cala de Sa Tuna. Además del canal hostelero, la marca ha participado en eventos culturales y gastronómicos como el Festival de Cap Roig, Summer Fest o Nits de Barcelona.

Sa Tuna Gin prevé cerrar el año 2025 con una producción superior a las 30.000 botellas. La empresa mantiene su compromiso con la sostenibilidad y busca reforzar su vínculo con el territorio a través del diseño del producto y su presencia en espacios vinculados al estilo de vida mediterráneo.