vinetur

El tardeo y el disfrute consciente marcan la nueva forma de beber en España

La ginebra clásica y el Gin & Tonic ganan protagonismo en la búsqueda de moderación y autenticidad

martes 20 de enero de 2026



En España, la forma de consumir bebidas alcohólicas está experimentando un cambio profundo. Las costumbres de ocio nocturno han dado paso a una tendencia que prioriza las tardes y la moderación. El fenómeno conocido como 'tardeo' se ha consolidado como el nuevo eje del ocio social, desplazando los encuentros a primeras horas de la tarde y dejando atrás las largas noches en los bares. Esta transformación cultural se refleja en la preferencia de los consumidores jóvenes por opciones más ligeras y en la decisión de muchos españoles de adelantar sus reuniones sociales.

Gin MG, una ginebra elaborada en España desde hace más de setenta años, observa que el Gin & Tonic ha dejado de ser un capricho nocturno para convertirse en una elección habitual durante el día. Según la marca, el consumidor actual busca la conexión social y el disfrute durante el día, en lugar de la evasión que tradicionalmente se asociaba a la noche. Reunirse con amigos a las cinco de la tarde se ha normalizado, mientras que hacerlo a las diez de la noche empieza a considerarse tarde.

La idea de "disfrute consciente" está ganando terreno, especialmente entre la Generación Z. Aunque existe la percepción de que los jóvenes son abstemios, la realidad es que el consumo de alcohol se mantiene, pero bajo nuevos criterios de calidad y control. El objetivo no es dejar de beber, sino elegir cómo y cuándo hacerlo. La copa se convierte en un acompañante gastronómico y social, no en un vehículo para el exceso. Esta tendencia favorece a destilados como la ginebra, que permite ajustar la graduación y disfrutar de un trago largo, pensado para beberse despacio y mantener la conversación, sin la urgencia de otras bebidas.

El Gin & Tonic destaca por su transparencia y sencillez. Frente a la popularidad de cócteles azucarados o mezclas complejas, esta bebida se mantiene como una opción clara y honesta. Su preparación es sencilla: vaso largo, hielo abundante, entre 4 y 5 centilitros de ginebra, tónica fría y un corte de cáscara de limón. Esta fórmula permite saber exactamente qué se está bebiendo, algo que valoran quienes buscan productos auténticos y sin artificios.

Gin MG, producida en Vilanova i la Geltrú desde 1940, utiliza ingredientes naturales y sigue el método tradicional London Dry Gin, con destilación manual en alambiques de cobre. La marca ha mantenido su esencia a lo largo de las décadas, apostando por la proximidad y la autenticidad. Su propuesta se dirige tanto a quienes disfrutan de la copa en bares como a quienes prefieren hacerlo en casa, siempre con la premisa de la calidad y la sencillez.

La distribución de Gin MG y otras marcas del grupo corre a cargo de Amer Global Brands, una empresa familiar con más de treinta años de experiencia en el sector de bebidas en la península ibérica. Amer Global Brands gestiona un catálogo que incluye ginebras, rones, whiskies, licores y mixers, y trabaja tanto con marcas propias como

con referencias internacionales. Su objetivo es construir el valor de las marcas a medio y largo plazo, asegurando su presencia en hoteles, restaurantes, bares y tiendas de toda España y Portugal.

El auge del tardeo y el disfrute consciente están redefiniendo la forma de beber en España. La ginebra clásica y el Gin & Tonic se posicionan como opciones preferidas para quienes buscan moderación, autenticidad y momentos de calidad en compañía.