vinetur

Martin Miller’s Gin vincula la mixología con la creatividad

La marca lanza su Bartender’s Program y propone dos cócteles para el Día Mundial de la Creatividad

miércoles 15 de abril de 2026



Con motivo del Día Mundial de la Creatividad, que se celebra el próximo 21 de abril, Martin Miller’s Gin sitúa la mixología como una de las formas de expresión artística más actuales. La marca sostiene que crear un cóctel no es solo una cuestión técnica, sino también un ejercicio de imaginación, sensibilidad y estilo, en el que cada gesto, cada

ingrediente y cada detalle tienen peso en el resultado final.

La firma presenta su propuesta desde Madrid y pone el foco en el papel de los bartenders como autores de creaciones propias. Según explica, su ginebra se adapta a distintas lecturas de la coctelería por su carácter versátil, suave y equilibrado, lo que la convierte en una base que realza cada matiz y permite abrir nuevas vías creativas sin perder la elegancia.

Martin Miller’s Gin defiende que los bartenders construyen bebidas capaces de contar historias a través del sabor. La marca plantea que, tanto en reinterpretaciones de clásicos como en fórmulas más actuales, cada copa puede convertirse en una pieza única que refleja la personalidad de quien la prepara.

En paralelo, la compañía ha puesto en marcha este año su nuevo Bartender’s Program, una iniciativa pensada para inspirar, formar y conectar a profesionales del sector. Bajo el concepto “La Búsqueda de la Pureza”, la marca está recorriendo distintas ciudades con sesiones formativas dirigidas por sus embajadores: Nagore Arregui, de Makoto, en Madrid; Borja Cortina, de Varsovia, en Valencia; y Alberto Pizarro, de Bobby Gin, en Barcelona.

A partir de esa línea de trabajo, Martin Miller’s Gin presenta una selección de cócteles en la que la creatividad ocupa el centro. Entre ellos figura Palomillas de Martin Miller’s Gin, elaborado con 60 ml de Martin Miller’s Westbourne Gin, 30 ml de zumo de limón, 20 ml de sirope clásico, 20 ml de clara de huevo y 100 ml de soda de pomelo.

La preparación comienza en una coctelera, donde se introducen la ginebra, el zumo de limón recién exprimido, el sirope simple y la clara de huevo. Después se agita en seco y se realiza un segundo agitado con hielo para lograr una emulsión de textura suave. Una vez mezclado, se cuela y se sirve en un vaso alto, dejando unos 4 centímetros libres hasta el borde. El trago se completa con soda de pomelo para aportar frescura y un toque cítrico.

La otra propuesta es Cool & Hot de Martin Miller’s Gin, un cóctel elaborado con 60 ml de Martin Miller’s Gin Original, 30 ml de sirope de frambuesa, 20 ml de zumo de limón, 5 ml de zumo de jengibre fresco, 2 chorritos de bitter, 3 hojas de menta fresca y 2

rodajas finas de pepino.

En este caso, todos los ingredientes se introducen en una coctelera y se agitan con energía. Después se realiza un doble colado y se sirve en un vaso alto. La decoración se completa con una fina tira de pepino, una ramita de menta fresca y una frambuesa.

La marca recuerda que Martin Miller’s Gin nació del deseo de crear una ginebra que supiera a ginebra. Su fundador, Martin Miller, junto con sus dos socios, apostó por apartarse de la producción tradicional y por un proceso de destilación separada, con botánicos destilados en Inglaterra y agua procedente de Islandia. La compañía subraya que esa fórmula fue innovadora cuando la ginebra se lanzó en 1999 y que contribuyó al llamado renacimiento de la ginebra, al convertirse en la primera ginebra súper premium del mercado.

La explicación de la marca añade que el proceso en dos pasos permitió lograr el equilibrio buscado entre las notas de enebro, esenciales en una buena ginebra, y las notas cítricas. Primero se destilan el enebro y los botánicos terrosos, y después se realiza una destilación separada de botánicos cítricos antes de unir ambos destilados.

Desde 2004, Martin Miller’s Gin afirma haber ganado la mayoría de los premios obtenidos por cualquier marca de gin en el mundo. La firma señala también que ha sumado más medallas de oro y platino que cualquier otra marca en los últimos diez años en certámenes como el ISC, el IWSC y la Competición Mundial de Espíritus de San Francisco. Además, indica que ha recibido el Superlative Award del Instituto de Degustación de Bebidas de EE. UU. y que ha alcanzado 97 puntos en varias ocasiones, algo que asegura que ninguna otra ginebra ha logrado.

En enero de 2018, Zamora Company adquirió la mayoría de las acciones de Martin Miller’s Gin con el objetivo de mantener su posición en el mercado de la ginebra súper premium. La compañía española, de capital 100% familiar, elabora y comercializa espirituosos y vinos de alto valor añadido y opera en más de 80 países. Cuenta con un equipo internacional de más de 580 personas, plantas de producción en España, Italia y EE. UU. y una facturación anual de 260 millones de euros en 2024.

Zamora Company nació hace casi 80 años de la mano de Licor 43 y es propietaria de marcas como Licor 43, Ramón Bilbao, Limoncello Villa Massa, Martin Miller’s Gin, Lolea, Mar de Frades, Godeval, Zoco, Cruz de Alba, Thunder Bitch, El Afilador, Yellow Rose, Tequila Volteo y Berezko. A ese catálogo suma otras marcas distribuidas como Tequila Buen Amigo, Ron Abuelo, Champagne Pommery, Tito’s Vodka y Tequila Don Ramón, entre otras.

La empresa enmarca su actividad en su plan de Empresa Consciente, con el que dice comprometerse con el planeta, los empleados, los consumidores y la sociedad a través de tres ejes: buen gobierno, transparencia y liderazgo consciente.