

CAPÍTULO 6. GIN Y GINEBRA



**GINS Y GINEBRAS
ARTESANALES**

CAPÍTULO 6: GIN Y GINEBRA

6.1 INTRODUCCIÓN



Las provincias de **BUENOS AIRES, CATAMARCA, CHUBUT, CORRIENTES, ENTRE RÍOS, SANTA CRUZ Y TIERRA DEL FUEGO** priorizaron a los gins artesanales entre sus productos de exportación. En particular, Santa Cruz destacó que una de sus variedades utiliza agua pura del Cerro Frías, cercano al Glaciar Perito Moreno. En el caso de Buenos Aires, cuenta con diez marcas distintas de gin, que ofrecen un total de treinta variedades. Asimismo, cinco de estas marcas cuentan con varios premios nacionales e internacionales. Catamarca cuenta con empresas que destacan en la producción artesanal con proyección internacional.



Por otro lado, el gin de la provincia de Chubut cuenta con el **Sello “Origen Chubut, productos patagónicos”²**, que garantiza valores de sustentabilidad, calidad, autenticidad e identidad. Además, es una marca que permite posicionar y proyectar al mundo la producción chubutense.

Las bebidas espirituosas son aquellas bebidas alcohólicas destiladas de productos fermentados y cuyas materias primas son de origen agrícola³. Entre ellas, las blancas, se caracterizan por su elevada graduación alcohólica (superior al 30% de etanol) y se obtienen por la destilación de alcohol fermentado a partir de diversas fuentes de carbohidratos, como la cebada, el centeno y el maíz, entre otros. Dentro de este grupo se encuentran la ginebra y el gin⁴ junto con el tequila, el ron, el vodka y la caña⁵.

En 2024, el mercado mundial del gin y la ginebra alcanzó un valor de US\$ 16.700 millones y crecería en los próximos años. Las estimaciones de las consultoras fluctúan entre los US\$ 23.900 millones para el año 2033 y los US\$ 33.300 millones para 2035⁶. El principal motor de este crecimiento estaría dado por la demanda de ginebra premium y artesanal, la mayor popularidad de los cócteles a base de ginebra, la expansión de variedades de ginebra con sabores innovadores, el crecimiento de las opciones de ginebra con y sin alcohol y el énfasis en prácticas de producción sostenible y respetuosa con el medio ambiente⁷.

En particular, se destaca la relevancia y el potencial de crecimiento en el segmento de bebidas espirituosas premium o de alta gama, es decir, aquellas que incluyen ingredientes de calidad superior, métodos de producción tradicionales y marcas

¹ Consultar objetivos y metodología del trabajo en el siguiente [enlace](#).

² [Origen Chubut](#).

³ [masquegastronomia.com](#) “Bebidas Espirituosas: ¿cuáles son sus características?”.

⁴ Sin bien existen diferencias entre ambas bebidas, a los efectos de este análisis se tomarán como sinónimos.

⁵ [repo.unlpam.edu.ar](#) “Clasificación de bebidas alcohólicas destiladas por absorciometría molecular UV-visible”.

⁶ [witchmark.co.uk](#) “Why the Gin Industry is Poised for Growth Over the Next Five Years”; [thedrinksbusiness.com](#) “Why the gin industry will see a boost in the next five years”.

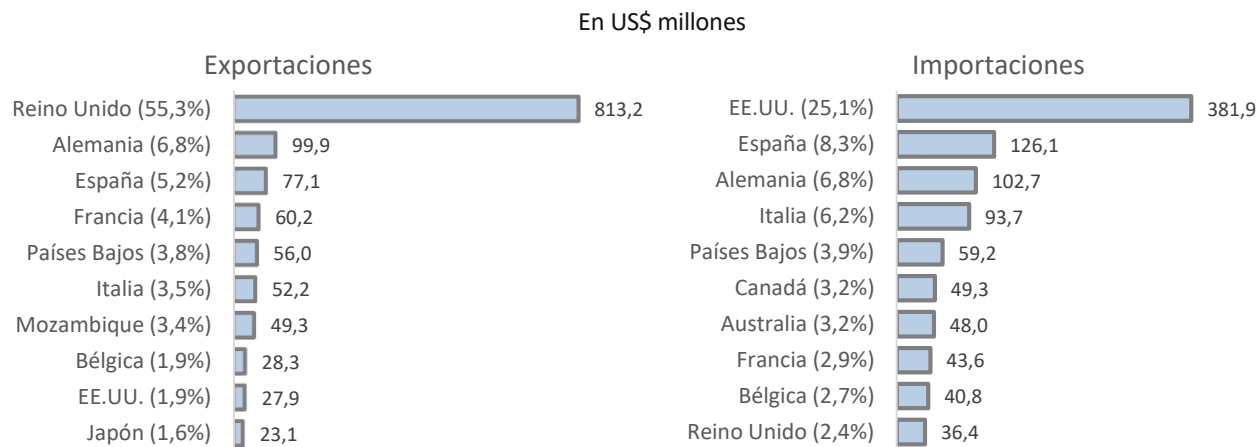
⁷ [imarcgroup.com](#) “Gin Market Report 2025-2033”; [futuremarketinsights.com](#) “Global Gin Market Size, Growth, and Forecast for 2025 to 2035”.

distintivas. Ello se sustenta en los consumidores pertenecientes a los grupos de *millennials* y de la generación Z, que priorizan la calidad sobre la cantidad.

Las exportaciones globales de gin y ginebra⁸ durante 2018-2022 alcanzaron un valor promedio de US\$ 1.470,4 millones. Más de la mitad fueron originarias de Reino Unido (55,3%), por un valor de US\$ 813,2 millones (Gráfico 1). Muy por detrás, se ubicaron entre los principales exportadores: Alemania (6,8%), España (5,2%), Francia (4,1%), Países Bajos (3,8%) e Italia (3,5%). Argentina, por su parte, ocupó el lugar 61, con una participación de 0,02%. No obstante, cabe destacar que sus exportaciones de los años 2023 y 2024, en promedio, casi triplicaron a la cifra del período evaluado, lo que da cuenta del potencial del sector.

En cuanto a la demanda, las importaciones estuvieron lideradas por Estados Unidos, por un valor de US\$ 381,9 y una participación de 25,1% (Gráfico 1). Le siguieron en importancia España (8,3%), Alemania (6,8%), Italia (6,2%), Países Bajos (3,9%) y Canadá (3,2%). Respecto de la Argentina, ocupó el lugar número 37, con el 0,4% de las importaciones globales.

Gráfico 1. Principales exportadores e importadores de gin y ginebra. Promedio 2018-2022



Fuente: elaboración propia sobre la base de WITS

A los efectos de este análisis, en el cuadro 1 se muestran, a nivel de subregión, los 27 mercados seleccionados, sus principales proveedores y sus aranceles de importación para nuestro país y para dichos proveedores. De esos, solo seis mercados reportan compras desde la Argentina durante el período analizado (2018-2022): Japón, China, Taiwán (Taipéi chino), Hong Kong (RAE China), Maldivas y Emiratos Árabes Unidos. Sin embargo, en la mayoría de los casos se trata de montos marginales.

⁸ Subpartida arancelaria 220850 (SA 12).

Cuadro 1. Mercados seleccionados para el gin y la ginebra. Principales importadores por subregión y orígenes de sus importaciones

Importaciones en US\$ millones; participaciones de mercado y aranceles aplicados en %

Importadores	US\$ millones		Participaciones de mercado (%)		Otros Sudamérica	Aranceles aplicados promedio-equivalentes ad valorem- (%)	
	Arg.	Mundo	Arg.	Principales proveedores		Arg.	Principales proveedores
África del Norte							
Marruecos	-	1,9	-	Reino Unido (73,2); España (15,5); Francia (7,1); Alemania (1,9)	-	49,0	Reino Unido (0); España (0); Francia (0); Alemania (0)
África Subsahariana							
Sudáfrica	-	20,6	-	Reino Unido (88,9); Italia (4,7); Francia (1,4); Japón (1);	Brasil (<0,1)	2,79	Reino Unido (0); Italia (0); Francia (0); Japón (18,8 i.c)
Namibia	-	3,4	-	Sudáfrica (88,6); Reino Unido (10,1); Italia (0,3); Bulgaria (0,2)	-	1,44	Sudáfrica (0); Reino Unido (0); Italia (0); Bulgaria (0)
Ruanda	-	3,0	-	Kenia (82,8); Reino Unido (7,6); India (4,4); EAU (2,1)	-	35,0	Kenia (0); Reino Unido (35); India (35); EAU (35)
Kenia	-	2,7	-	Reino Unido (79,7); Sudáfrica (5,2); Francia (4); EAU (2,9)	-	35,0	Reino Unido (35); Sudáfrica (17,5); Francia (35); EAU (35)
Botsuana	-	2,3	-	Sudáfrica (94,4); Reino Unido (2,7); Alemania (1,5); Países Bajos (0,5)	-	1,78	Sudáfrica (0); Reino Unido (0); Alemania (0); Países Bajos (0)
Asia Central y Cáucaso							
Georgia	-	0,9	-	Reino Unido (51); Letonia (15,8); Italia (12,2); Países Bajos (8,7)	-	3,98	Reino Unido (0); Letonia (0); Italia (0); Países Bajos (0)
Kazajistán	-	0,8	-	Reino Unido (77,8); Alemania (5,7); Rusia (4,5); Italia (3,3)	-	19,58	Reino Unido (19,58); Alemania (19,58); Rusia (0); Italia (19,58)
Armenia	-	0,4	-	Reino Unido (66,5); Francia (8,8); Alemania (6,4); Italia (4,1)	-	15,33	Reino Unido (15,33); Francia (15,33); Alemania (15,33); Italia (15,33)
Azerbaiyán	-	0,2	-	Reino Unido (89,9); España (1,8); Alemania (1,5); Italia (1,4)	-	21,85	Reino Unido (21,85); España (21,85); Alemania (21,85); Italia (21,85)
Asia del Este							
Japón	0,0	18,6	0,1	Reino Unido (83,2); Corea del Sur (5,5); Alemania (2,5); Francia (1,9)	Colombia y Bolivia (<0,1)	0,0	Reino Unido (0); Corea del Sur (0); Alemania (0); Francia (0)
China	0,0	9,5	0,0	Reino Unido (63,4); Sudáfrica (8,3); Japón (5,3); España (4,8)	Colombia (0,1), Venezuela y Brasil (<0,1)	10,0	Reino Unido (10); Sudáfrica (10); Japón (6,4); España (10)
Taiwán (Taipéi chino)	0,0	5,4	0,0	Reino Unido (53,7); Japón (15,7); Filipinas (9,1); Alemania (3,4)	Perú (0,3)	0,0	Reino Unido (0); Japón (0); Filipinas (0); Alemania (0)
Hong Kong (RAE China)	0,0	3,6	0,0	Reino Unido (30,6); Singapur (18,3); Países Bajos (9,7); Italia (7,6)	-	0,0	Reino Unido (0); Singapur (0); Países Bajos (0); Italia (0)
Asia del Sur							
India	-	13,2	-	Reino Unido (37,1); Singapur (18,2); Suecia (12,9); Francia (7,2)	Perú (<0,1)	150,0	Reino Unido (150); Singapur (150); Suecia (150); Francia (150)
Sri Lanka	-	0,7	-	Reino Unido (87,6); Francia (3,6); Italia (2,7); Japón (2,5)	-	129,06	Reino Unido (129,06); Francia (129,06); Italia (129,06); Japón (129,06)
Maldivas	0,0	0,6	0,2	Reino Unido (50,3); Francia (9,8); Singapur (4,8); Italia (4,6)	Brasil (0,4), Chile (0,3)	82,21	Reino Unido (82,21); Francia (82,21); Singapur (82,21); Italia (82,21)
Sudeste Asiático							
Singapur	-	23,3	-	Reino Unido (61,7); Japón (14,2); Francia (7,5); Australia (3,2)	Venezuela (0,1); Chile, Brasil, Colombia, Uruguay y Perú (<0,1)	0,0	Reino Unido (0); Japón (0); Francia (0); Australia (0)
Malasia	-	7,7	-	Reino Unido (40,7); Singapur (28,6); Japón (9,4); Países Bajos (4,4)	Venezuela (0,1)	88,65	Reino Unido (44,32); Singapur (44,32); Japón (44,32); Países Bajos (88,65)
Tailandia	-	6,0	-	Reino Unido (38,2); Corea del Sur (29,8); Australia (17); Vietnam (4,2)	-	54,0	Reino Unido (54); Corea del Sur (0); Australia (0); Vietnam (0)
Filipinas	-	2,6	-	Corea del Sur (33); Reino Unido (18,5); Vietnam (15,1); Singapur (12,6)	-	15,0	Corea del Sur (0); Reino Unido (15); Vietnam (0); Singapur (0)
Indonesia	-	0,5	-	Reino Unido (64,6); España (8,8); Japón (7,1); Alemania (5,3)	-	150,0	Reino Unido (150); España (150); Japón (150); Alemania (150)
Medio Oriente							
EAU	0,0	15,7	0,0	Reino Unido (86,3); Alemania (2,8); Japón (2,4); México (1,6)	Perú (<0,1)	50,0	Reino Unido (50); Alemania (50); Japón (50); México (50)
Türkiye	-	8,0	-	Reino Unido (75,5); Alemania (8,8); Italia (4,7); Japón (3)	-	0,0	Reino Unido (0); Alemania (0); Italia (0); Japón (0)
Israel	-	5,1	-	Reino Unido (40,6); Países Bajos (20,5); Suiza (13,1); Francia (8,1)	-	0,0	Reino Unido (0); Países Bajos (0); Suiza (0); Francia (0)
Líbano	-	2,3	-	Reino Unido (78,1); Países Bajos (3,2); España (3); Bulgaria (2,4)	Brasil (0,5)	15,0	Reino Unido (6); Países Bajos (6); España (6); Bulgaria (6)
Qatar	-	0,8	-	Reino Unido (94,8); Francia (2,4); Alemania (1,4); Italia (1,1)	-	Bien especial	Reino Unido (B.e.); Francia (B.e.); Alemania (B.e.); Italia (B.e.)

Referencia: B.e.: bien especial.

Fecha de consulta: enero de 2026.

Fuente: DNCEI sobre la base de WITS y MacMap

Nota: para los países que aplican aranceles específicos, se consideraron sus equivalentes *ad valorem* (AVE), con el fin de facilitar la comparación con los mercados analizados. Cabe señalar que el cálculo de estos equivalentes constituye una estimación porcentual orientativa, ya que depende de los valores unitarios de referencia y de las características particulares de las importaciones consideradas.

6.2 RESULTADOS

África es un mercado netamente importador de bebidas alcohólicas que se encuentra en crecimiento. En el caso de las bebidas espirituosas, este crecimiento está impulsado por el aumento de las comunidades de expatriados y del turismo internacional. Se trata de un mercado dominado por las bebidas espirituosas de consumo masivo y de baja gama, por lo que el margen a considerar es el 4% que representan las bebidas espirituosas premium en términos de volumen y 20% en valor. No obstante, la región cuenta con pocos establecimientos dentro del “top internacional” de mejores bares, restaurantes y hoteles del mundo por lo que, *a priori*, se podría decir que las posibilidades para las bebidas espirituosas premium importadas en su principal canal de comercialización (*on-trade*) estarían limitadas a pocos mercados africanos.

Dentro de **África Subsahariana, Sudáfrica** es el que ofrecería mejores oportunidades dado el alto porcentaje de consumo de bebidas espirituosas de alta gama, las proyecciones de crecimiento para los próximos años y el hecho de que las marcas internacionales tienen la mayor cuota de mercado. Además, se destaca el hecho de que el gin haya desplazado al vodka del segundo lugar de preferencia entre los consumidores de bebidas espirituosas.

Namibia no resultaría un mercado demasiado atractivo por lo menos en el corto plazo ya que la demanda de bebidas espirituosas premium aún está en paulatino crecimiento y focalizada en las regiones del país de mayores ingresos. No obstante, al no ser un mercado saturado podría representar una oportunidad para un acceso en el mediano plazo, pero que requeriría de mayor información para una evaluación más completa.

En **Kenia** hay que destacar que, si bien la cerveza es la bebida alcohólica más elegida, el gin y los cócteles listos para beber (RTD) son el segmento que está ganando más participación en la preferencia de los consumidores jóvenes, posibilitando que las bebidas espirituosas sean la categoría de mayor crecimiento y mejores proyecciones para los próximos años. Las características “flexibles” del gin son valoradas por los consumidores keniatas por lo que cabe tener en cuenta a este mercado, especialmente en los segmentos premium para consumidores jóvenes de ingresos medios-altos.

Los **mercados asiáticos** son los que tienen las mayores proyecciones de crecimiento para los próximos años en materia de consumo de gin/ginebra. Ello se debe en gran parte al impulso que le está dando el desarrollo de la coctelería, la sustitución del consumo de otras bebidas espirituosas y la búsqueda de productos de calidad premium, elaboración artesanal y carácter refrescante y ligero. Además, se destaca el aumento de la cantidad de bares de cócteles, hoteles y restaurantes ubicados en distintos países asiáticos que se encuentran en las listas de los mejores del mundo.

La demanda de gin proviene en su mayor parte de los grupos etarios ubicados entre los 28 y 44 años aproximadamente (*millennials* y generación Z) y de ingresos medianos-altos y altos. Entre ellos, la elección de las bebidas espirituosas se centra menos en la tradición y más en la exploración, la ocasión y el perfil de sabor, por lo que la ginebra, con su carácter versátil, encaja a la perfección en el perfil de estos consumidores.

Los mercados seleccionados en **Asia Central y Cáucaso** (Georgia, Kazajistán, Armenia y Azerbaiyán) no presentarían, a corto plazo mayor interés. Se trata de mercados con importaciones de gin/ginebras inferiores al millón de dólares, donde cabe resaltar que, entre las bebidas espirituosas blancas, el vodka es la preferida y el gin resulta aún una bebida de nicho cuya demanda proviene de los sectores de mayores ingresos.

En **Asia del Este, Japón** destaca por ser uno de los mayores consumidores a nivel mundial de bebidas espirituosas, con un mercado sólido que, si bien está maduro, tiene proyecciones de crecimiento para los próximos años sobre todo en el segmento súper premium y, en especial, en aquellas elaboradas artesanalmente debido a lo exigente que es este mercado

por la sofisticación de sus consumidores. Las oportunidades para las provincias argentinas se podrían encontrar a través de la oferta no solo de gins súper premium, sino que también de aquellos que destaquen por su autenticidad y por su aptitud para realzar la mezcla con otras bebidas.

En **China** se pudo observar que, si bien es uno de los mercados más grandes del mundo en cuanto a consumo de bebidas espirituosas, la mayor porción de mercado está captada por las de producción local. No obstante, las bebidas importadas están modificando las tendencias de consumo y el auge de la “cultura cóctel” está favoreciendo el consumo de gin/ginebra (junto con la versatilidad que ofrece esta bebida para el consumidor chino). En particular, el consumo de gin premium se ve beneficiado por la demanda proveniente de los sectores con alto poder adquisitivo que los consideran símbolo de estatus. Dado que el conocimiento sobre la ginebra entre los consumidores chinos sigue siendo algo bajo, las provincias argentinas que deseen acceder a este mercado deberán encarar una tarea de promoción que asocie el país de origen con la calidad premium del producto.

Taiwán (Taipéi chino) es un mercado con muy buenas perspectivas de crecimiento para los próximos años debido al interés que muestran los consumidores por la exploración de nuevos sabores y mezcla de botánicos y por considerar que las bebidas importadas (que ingresan exentas de aranceles) son de calidad superior que las producidas localmente.

Hong Kong (RAE China) es un mercado altamente competitivo, donde el gin es por ahora una bebida de nicho (1% de las importaciones de bebidas alcohólicas), pero con buenos indicadores de crecimiento de las compras externas tanto en valor como en volumen. Se destaca además la preferencia de los consumidores hacia los gins premium y artesanales. Si bien el consumo es bajo, hay que tener en cuenta las proyecciones de este mercado.

Finalmente, a pesar de no responder a los criterios de selección de la metodología, resulta relevante incluir a **Corea del Sur** como un mercado interesante para la oferta de gin de las provincias argentinas en respuesta a la información cualitativa. En este país las perspectivas para los gins/ginebras importadas de mercados occidentales son muy buenas por la preferencia que muestra el consumidor coreano hacia estos productos que vincula con la calidad premium. Aquellas provincias argentinas que deseen acceder con su oferta exportable al mercado coreano deberían tener en cuenta la demanda de ginebras artesanales, frutales y de hierbas.

En **Asia del Sur, India** resalta por el tamaño y dinamismo de su mercado de bebidas espirituosas, principalmente por el potencial de crecimiento proyectado para los próximos años y el gasto en bebidas de lujo. El cambio en el patrón de consumo de las bebidas espirituosas favorecería al crecimiento (paulatino) de las importadas, lo cual resultaría positivo para nuestra oferta exportable. En particular, se verían beneficiados aquellos gins artesanales, de calidad premium, producción limitada y sabores cítricos que se consideren exclusivos. No obstante, debe advertirse que, si bien resulta un mercado atractivo en términos de demanda, el acceso presenta desafíos vinculados a cuestiones tributarias y de complejidad regulatoria.

En el **Sudeste Asiático**, el **mercado singapurense** muestra signos alentadores de crecimiento del consumo de bebidas espirituosas por el impulso de la apertura de nuevos pubs y restaurantes que son los ámbitos donde más se consumen este tipo de bebidas en ese país. En Singapur el tipo de consumo de bebidas espirituosas se encuentra dividido dependiendo del origen étnico al que se pertenezca, por lo que las provincias argentinas que busquen acceder a este mercado deberían tener en especial consideración este factor.

Si bien **Malasia** es un mercado pequeño respecto del consumo de alcohol por restricciones religiosas, sus escasos volúmenes consumidos son compensados con el valor premium de las bebidas espirituosas demandadas tanto en bares como en los sectores turísticos, ambos con proyecciones muy positivas de crecimiento a futuro.

Tailandia se destaca porque todas las importaciones de bebidas espirituosas son de calidad premium y porque es creciente la preferencia de los consumidores por el gin. Además, las proyecciones de crecimiento del consumo de gin/ginebra, especialmente los artesanales, y la búsqueda de bebidas espirituosas provenientes de mercados menos tradicionales y con combinaciones de sabores nuevos, hacen de Tailandia un mercado para tener en consideración con el acceso de la oferta exportable de nuestras provincias.

En cuanto a **Filipinas**, se plantea la doble característica de ser el mayor mercado de gin a nivel mundial y un importante productor de esta bebida. No obstante, las transformaciones en los patrones de consumo hacia los gins saborizados de calidad premium que se reconocen en las bebidas importadas permiten pensar que podrían existir posibilidades para acceder a una porción del mercado, principalmente teniendo como foco las ciudades identificadas en el trabajo.

Indonesia presenta características similares al mercado malasio en cuanto a que, por ser un país mayoritariamente musulmán, el consumo está restringido a aquellas personas que no profesan esta religión y a los bares, restaurantes y hoteles de las principales zonas turísticas del país. En ese sentido, el consumo potencial de gin dependerá mucho del comportamiento de los flujos turísticos internacionales.

Respecto de **Medio Oriente**, al igual que lo señalado para otros mercados mayoritariamente de confesión musulmana, las restricciones religiosas para el consumo de alcohol circunscriben la demanda al circuito de bares, hoteles y restaurantes internacionales especialmente habilitados para el turismo internacional y la comunidad de expatriados occidentales. En este sentido, si bien las proyecciones de crecimiento del consumo de gin/ginebra son positivas, no son muy altas. El crecimiento de la demanda dependerá más que nada del comportamiento de los flujos internacionales de turismo y de los cambios de los patrones de consumo de la comunidad de expatriados occidentales respecto de la preferencia hacia el whisky y el ron.

En los **Emiratos Árabes Unidos y Qatar**, la oferta exportable debería estar enfocada hacia el circuito Ho.Re.Ca., que permitiría la promoción de aquellos gin/ginebras de calidad premium, o bien, hacia el segmento de los *duty-free* de los aeropuertos internacionales de Dubái y Doha. En todos los casos, se trata de exportaciones que no serían significativas en términos de volumen, pero sí podrían serlo en valor. Cabe mencionar además que EAU es el único de los seleccionados en esta región que registró compras desde la Argentina, aunque por un monto bajo.

En el caso de **Qatar**, hay que tener presente que el gin es considerado un bien especial, por lo que su importación y distribución está restringida y sujeta a estrictas regulaciones impuestas por las autoridades gubernamentales, influenciadas por factores como las normas culturales, las creencias religiosas y las consideraciones de salud pública. Asimismo, no se pueden ver los aranceles aplicados públicamente.

Türkiye también es un país productor de bebidas espirituosas, con bajo porcentaje de consumidores, y con consumidores de gin/ginebra muy focalizados en los segmentos de alto poder adquisitivo y elevado nivel educativo. Esto significa una oportunidad para los gins de calidad premium que ofrecen nuestras provincias.

Israel destaca por el cambio que se observa en las preferencias de los consumidores hacia los gin/ginebras de calidad premium, elaboración artesanal y con características únicas e innovadoras, lo que permitiría pensar en que existen posibilidades para las provincias argentinas que deseen acceder a este mercado, siempre teniendo presente el cumplimiento de los requisitos de certificación.