vinetur

El vino sin alcohol deja de ser un nicho y entra en la estrategia del sector

La moderación en el consumo empuja inversiones técnicas y reabre el debate legal sobre etiquetado e identidad del producto

lunes 8 de junio de 2026



La desalcoholización gana espacio en el vino por un cambio claro en el consumo y por la necesidad de adaptar la oferta a nuevas pautas de compra. El interés por bebidas con menos alcohol o sin alcohol se apoya en motivos de salud, en hábitos de vida más moderados y en una mayor atención a la información que aparece en la etiqueta. Ese movimiento ha llevado al sector vitivinícola a invertir en técnicas específicas para reducir el grado alcohólico y a revisar el marco legal que regula estos productos.

La cuestión no afecta solo a las bodegas. También implica a distribuidores, tiendas, restauración y organismos públicos, porque la definición legal de un vino desalcoholizado o parcialmente desalcoholizado cambia según el país y condiciona

tanto la producción como la venta. En muchos mercados, la norma fija límites concretos sobre el contenido alcohólico final y obliga a informar con claridad del proceso aplicado y del grado resultante.

El avance de esta categoría responde a una demanda más amplia de bebidas con menor graduación. En ese escenario, el vino busca mantener su lugar entre consumidores que quieren seguir vinculados al producto, pero con opciones más ligeras. La industria interpreta que no se trata solo de una moda puntual, sino de una línea de trabajo con recorrido comercial, sobre todo entre los grupos de edad más jóvenes y entre quienes reducen el consumo de alcohol sin renunciar al ritual social asociado al vino.

Las técnicas más utilizadas para retirar o rebajar el alcohol son la destilación al vacío, la ósmosis inversa y la espintrusión. Cada sistema actúa de forma distinta, pero todos persiguen un mismo objetivo: bajar la graduación sin alterar en exceso el aroma, el sabor, la textura y el equilibrio del producto. La dificultad técnica está precisamente ahí. El alcohol forma parte de la estructura del vino y su eliminación modifica sensaciones básicas en boca, por lo que el proceso exige ajustes posteriores para conservar una identidad reconocible.

La destilación al vacío permite separar el alcohol a temperaturas más bajas que en una destilación convencional. Eso ayuda a limitar la pérdida de compuestos aromáticos sensibles al calor. La ósmosis inversa, por su parte, utiliza membranas para separar parte del alcohol y otros componentes, que después pueden recombinarse. La espintrusión es otra vía tecnológica aplicada para reducir el grado alcohólico mediante separación física. En todos los casos, las bodegas buscan un equilibrio entre eficacia industrial y respeto al perfil original del vino.

La legislación ocupa un papel básico en este proceso. Las normas no solo ordenan qué prácticas están permitidas, sino también cómo debe presentarse el producto al consumidor. El etiquetado es uno de los puntos más vigilados. La información sobre si se trata de un vino desalcoholizado o parcialmente desalcoholizado, así como el nivel alcohólico final, resulta esencial para evitar confusión en el mercado. Esa exigencia cobra más peso a medida que aumenta la presencia de estas referencias en lineales y

cartas de restaurantes.

La regulación tampoco es uniforme. Hay países con marcos más desarrollados y otros donde las reglas siguen en revisión. Esa diferencia complica la actividad comercial internacional, ya que una misma bebida puede recibir tratamientos legales distintos según el destino. Para las empresas exportadoras, esa falta de armonización obliga a adaptar etiquetas, mensajes comerciales e incluso procesos productivos.

En paralelo, cambia la percepción del consumidor. Durante años, los vinos sin alcohol o con baja graduación arrastraron una imagen ligada a una menor calidad sensorial. Esa idea sigue presente en parte del mercado, pero pierde fuerza conforme mejoran las técnicas y aumenta la oferta disponible. El sector trabaja para convencer a un público que pide productos más saludables sin aceptar grandes renuncias en sabor o experiencia de consumo.

Las nuevas generaciones tienen un papel importante en esa evolución. Su relación con el alcohol es distinta a la de grupos anteriores y suele estar marcada por un consumo más ocasional y medido. En ese segmento hay mayor disposición a probar bebidas alternativas si encajan con criterios como bienestar, moderación o compatibilidad con actividades diarias. Esa actitud abre una oportunidad para categorías que hace pocos años ocupaban un espacio muy reducido dentro del vino.

La desalcoholización también plantea preguntas sobre identidad comercial y cultural. En regiones donde el vino forma parte del patrimonio alimentario y económico, cualquier cambio técnico o legal genera debate sobre los límites del producto y sobre cómo debe nombrarse. No es una discusión menor: afecta al valor añadido de las denominaciones, a la comunicación con el consumidor y al lugar que ocuparán estas nuevas referencias dentro del mercado tradicional.

Para las bodegas, el desarrollo de esta oferta exige inversión tecnológica y trabajo en I+D. No basta con retirar alcohol; hay que lograr un resultado estable, atractivo y coherente con las expectativas del comprador. Eso implica ensayos sobre variedades, momentos de vendimia, perfiles aromáticos y métodos de elaboración previos a la desalcoholización. Cuanto mejor sea la materia prima y más afinado esté el proceso, mayores serán las opciones de obtener un producto competitivo.

El crecimiento de esta categoría llega además en un momento en que muchas empresas buscan diversificar ingresos y ampliar públicos. Los vinos desalcoholizados pueden abrir puertas en franjas horarias, ocasiones de consumo y perfiles de cliente donde el vino tradicional tiene menos presencia. Restaurantes, hoteles y espacios vinculados al enoturismo observan esta evolución con interés porque permite ampliar carta sin salir del universo vitivinícola.

La industria asume, sin embargo, varios problemas pendientes. Uno es técnico: mantener calidad sensorial tras retirar alcohol. Otro es comercial: explicar bien qué compra el consumidor y evitar expectativas erróneas. Y otro es normativo: contar con reglas claras que den seguridad jurídica a productores y distribuidores. La evolución del mercado dependerá en buena medida de cómo se resuelvan esos tres frentes durante los próximos años.

El interés por estos productos confirma que el vino entra en una etapa de ajuste a nuevos hábitos sociales. La moderación gana terreno como criterio de compra y obliga al sector a responder con herramientas industriales, mensajes claros y marcos legales precisos. La desalcoholización ya no se limita a un nicho experimental: pasa a formar parte de una estrategia más amplia para mantener presencia en un mercado que cambia con rapidez.