vinetur

# Casi la mitad de los estadounidenses cree que el vino tiene mucho azúcar

La preocupación por el azúcar y las calorías impulsa a los jóvenes a elegir bebidas alternativas como hard seltzers

jueves 19 de febrero de 2026



Una reciente encuesta del Wine Market Council ha mostrado que casi la mitad de los consumidores en Estados Unidos cree que el vino contiene altos niveles de azúcar. El estudio, realizado entre 1.500 personas, indica que el 47% de los encuestados piensa que el vino es una bebida con mucho azúcar. Además, el 53% de ese grupo considera que este azúcar se añade durante la elaboración.

Esta percepción no se ajusta a la realidad. En la mayoría de los casos, el vino no contiene azúcar añadido. El proceso de elaboración del vino comienza con zumo de uva, que sí tiene un alto contenido de azúcar natural. Durante la fermentación, las levaduras transforman ese azúcar en alcohol. Cuando la fermentación termina por completo, el resultado es un vino seco, sin azúcar residual ni añadido. Por ley, en Estados Unidos no está permitido añadir azúcar granulado al vino de mesa, una práctica conocida como chaptalización.

Existen excepciones a este proceso. Algunos vinos dulces o semidulces, como ciertos Riesling o vinos de postre, pueden contener algo de azúcar residual porque el productor detiene la fermentación antes de que termine. También hay casos en los que se añade una solución azucarada llamada “dosage” al final del proceso para equilibrar la acidez, sobre todo en vinos espumosos elaborados por el método tradicional. Además, aunque no se puede añadir azúcar granulado al vino de mesa en Estados Unidos, sí está permitido el uso de concentrado de uva para aportar dulzor.

El estudio también revela que un 36% de los encuestados cree que se añaden edulcorantes artificiales como Splenda o stevia durante la producción del vino. Esta creencia es más común entre los jóvenes de 21 a 39 años: dentro de este grupo, el 54% piensa que el vino tiene mucho azúcar, frente al 37% entre los baby boomers. Una posible explicación es que muchos jóvenes comienzan a consumir vinos con algo de azúcar residual, como Moscato o White Zinfandel.

La preocupación por el azúcar y las calorías influye en las decisiones de compra. Entre quienes han reducido su consumo de alcohol, las principales razones son el contenido calórico y la percepción sobre el azúcar. Esto ha llevado a algunos consumidores jóvenes a preferir bebidas como los hard seltzers, que suelen anunciar su bajo contenido calórico.

Liz Thach, presidenta del Wine Market Council, señala que sería útil para los consumidores incluir etiquetas en las botellas donde se indique “sin azúcar añadido” o información nutricional detallada. Algunas marcas ya lo hacen y han registrado buenas ventas, especialmente en la categoría de vinos bajos en alcohol y calorías.

El sector del vino observa cómo otras bebidas alcohólicas aprovechan esta tendencia. Por ejemplo, la industria del tequila ha promocionado su producto como libre de azúcar y bajo en calorías, lo que ha impulsado sus ventas. Sin embargo, otros destilados como vodka o ginebra también cumplen estas características pero no lo comunican tanto.

A pesar de que algunas bodegas tradicionales pueden considerar inapropiado incluir información sobre calorías o azúcar en sus etiquetas más clásicas, la caída en el consumo de vino podría llevar a replantear esta estrategia para adaptarse a las nuevas preocupaciones del público consumidor.