vinetur

Más de dos tercios de los alemanes han visto borracho a uno de sus padres

El 40% de quienes tienen hasta 30 años vivió esa escena al menos una vez al mes

miércoles 25 de noviembre de 2026



Más de dos tercios de los alemanes han visto alguna vez a uno de sus padres borracho, y esa experiencia es más frecuente entre los adultos jóvenes. Una encuesta difundida por la aseguradora sanitaria alemana Pronova BKK este martes, 24 de noviembre,

recoge que el 40% de las personas de 18 a 30 años vio a sus padres bajo los efectos del alcohol al menos una vez al mes. En ese mismo grupo de edad, el 51% afirma que en los últimos 12 meses estuvo al menos una vez tan intoxicado que no podía caminar recto.

El estudio se basa en entrevistas online realizadas en julio y agosto de 2026 a 1.228 mujeres y hombres de 18 años o más en Alemania. Entre ellos había 400 personas de la generación Z, definida en este trabajo como quienes tienen 30 años o menos. Pronova BKK presenta la muestra como representativa y sitúa la investigación en el ámbito de la vida diaria, la familia y el trabajo.

Los datos apuntan a que el consumo de alcohol en el hogar sigue siendo habitual. El 64% de los encuestados dice haber visto borracho a su padre alguna vez, y el 44% afirma lo mismo sobre su madre. Además, en uno de cada dos hogares hay bebidas alcohólicas casi siempre disponibles, en especial cerveza, vino y espumosos.

La encuesta también observa una relación entre lo vivido en casa y los hábitos posteriores. Entre quienes beben alcohol al menos una vez por semana, el 37% asegura que sus padres se emborrachaban al menos una vez al mes. Entre las personas que no beben o que han dejado de beber, esa proporción baja al 24%. El estudio no plantea una relación de causa y efecto, pero sí vincula ambas experiencias en la muestra analizada.

El primer contacto con el alcohol llega pronto para una parte importante de los encuestados. Uno de cada tres alemanes tomó alcohol por primera vez antes de cumplir 16 años. La proporción sube al 41% entre las personas de 31 a 45 años y se sitúa en el 37% entre los menores de 31.

En la generación Z, el papel de los padres aparece también en ese inicio. El 30% de los adultos jóvenes dice que su primera bebida alcohólica fue en presencia de sus padres, 12 puntos más que entre quienes tienen más de 30 años. Patrizia Thamm, especialista en promoción de la salud de Pronova BKK, afirma que los padres son modelos de referencia y que lo decisivo no es solo estar presentes en ese primer sorbo, sino la actitud que transmiten ante el alcohol.

Thamm añade que conviene fijar límites claros y hablar de forma abierta sobre los efectos del alcohol en la salud. También sostiene que los adolescentes deben saber que pueden pedir ayuda a sus padres si han bebido demasiado, porque el miedo a castigos o reproches puede hacer que busquen menos apoyo cuando lo necesitan.

Los episodios de consumo excesivo aparecen con fuerza en toda la muestra, aunque son más comunes entre los jóvenes. Tres de cada cuatro encuestados dicen haber tenido alguna vez una borrachera, y uno de cada ocho la sufrió por primera vez antes de los 16 años. La edad más habitual para esa primera borrachera fueron los 16 o 17 años, con un 27%.

Entre los adultos de 18 a 30 años, Pronova BKK añade otros indicadores de exceso. Casi la mitad asegura haber sufrido lagunas de memoria, vómitos por beber demasiado o vergüenza al día siguiente por su comportamiento. La entidad subraya que estas consecuencias aparecen con más frecuencia en la generación Z que en los grupos de mayor edad.

Al mismo tiempo, la encuesta refleja una percepción alta de tolerancia al alcohol entre parte de los jóvenes. El 39% de la generación Z está de acuerdo con la idea de que puede beber más que otras personas sin problemas. Pero esa misma franja de edad no es homogénea: el 9% afirma que nunca ha probado el alcohol, más del doble de la media del conjunto de los encuestados.

Para el sector de las bebidas, los datos apuntan a una doble realidad que puede tener efectos en la forma de vender y servir vino, cerveza y licores. Una parte de la generación Z no consume alcohol, pero otra concentra episodios de consumo intenso. Esa diferencia puede reforzar la necesidad de políticas de venta responsable, mensajes claros en hostelería y formación del personal de sala y barra.