vinetur

# El miedo a la manipulación de bebidas aleja a jóvenes del vino en bares

El 2% sufrió drink spiking el último año y muchas mujeres dejan de consumir vino por seguridad

viernes 6 de marzo de 2026



El informe “The New Fine Wine Consumer: How people under 40 find their wine into fine wine”, presentado por Areni Global en Wine Paris a principios de febrero, ha puesto sobre la mesa varios asuntos que afectan al sector del vino. Uno de los puntos que más

atención ha recibido es la preocupación de algunas mujeres jóvenes por el riesgo de manipulación de bebidas alcohólicas, conocido como drink spiking. Pauline Vicard, directora ejecutiva de Areni Global, organizó grupos de discusión en sociedades universitarias de vino, como la Bacchus Society de la London School of Economics. En estos encuentros, varias estudiantes afirmaron que las sociedades universitarias eran “el único lugar seguro” para consumir alcohol, ya que confiaban en que sus bebidas no serían alteradas. El vino se percibe como especialmente vulnerable porque suele servirse en la barra y después se lleva a la mesa, lo que genera incertidumbre sobre lo que puede ocurrir durante ese trayecto. Algunas jóvenes han decidido dejar de consumir vino en salidas nocturnas por este motivo.

Esta preocupación tiene base en datos recientes. Un estudio basado en la Global Drug Survey 2022, con 7.607 participantes de 22 países, indica que el 2% sufrió manipulación de su bebida en los 12 meses anteriores; uno de cada cinco declaró haberlo experimentado alguna vez en su vida, principalmente en bares y discotecas. Además, casi una quinta parte de quienes sufrieron este problema el año anterior también fueron víctimas de agresión sexual. Para un número importante de mujeres jóvenes, el vino se asocia ahora a una vulnerabilidad concreta. El sector hostelero debe tener esto presente y adoptar medidas para garantizar la seguridad.

En Estados Unidos, mientras los pubs británicos siguen perdiendo presencia, las tabernas americanas están viviendo un resurgimiento. No se trata del pub tradicional británico centrado en la cerveza, sino de locales a medio camino entre bar y restaurante. Según The Wall Street Journal, chefs reconocidos están dejando restaurantes exclusivos en grandes ciudades para dirigir tabernas en localidades más pequeñas. Sean Gray, antiguo chef ejecutivo del restaurante Momofuku Ko en Nueva York, trabaja ahora en Sergeantsville Inn (Nueva Jersey), donde sirve pollo asado local y hamburguesas fuera de carta para evitar que monopolice los pedidos. Clare de Boer dejó el restaurante King del West Village para gestionar una taberna del siglo XVIII en el norte del estado de Nueva York, donde ofrece platos como venado y pastel de jerez. Este fenómeno está revitalizando espacios donde las comunidades pueden reunirse y compartir.

En Long Island (Nueva York), un nuevo laboratorio de neuropsicofarmacología ha abierto sus puertas con un enfoque poco habitual: voluntarios consumirán dosis controladas de alcohol, cannabis, psilocibina y MDMA bajo supervisión médica. Los investigadores analizarán sus constantes vitales y comportamiento desde detrás de un cristal. El objetivo es desarrollar tratamientos para trastornos psiquiátricos y adicciones, además de reducir el estigma asociado a los psicodélicos mediante estudios sobre riesgos y beneficios en condiciones controladas. El espacio está diseñado como un bar para reproducir el entorno real donde se consumen estas sustancias. Se prevé que los responsables busquen voluntarios esta primavera.

El consumo nocturno está cambiando hacia horarios más tempranos. Areni Global ya había informado sobre fiestas matinales sin alcohol en ciudades como Ámsterdam. Según el Bacardi Cocktail Trends Report, basado en encuestas a consumidores de varios países, el 51% de los jóvenes franceses y el 34% de los estadounidenses prefieren beber antes o durante la tarde-noche. En Reino Unido, la hora media para reservar cena es ahora las 18:12; solo el 2% reserva después de las 21:00. Las preferencias también evolucionan: aperitivos, spritzes y cócteles con bajo contenido alcohólico ganan terreno en España, Italia, Australia e India. Las ventas de aperitivos han crecido un 8% anual entre 2018 y 2023. Sin embargo, cuando esta generación consume alcohol busca experiencias llamativas: copas teatrales o botellas pensadas para redes sociales como TikTok. En España, el 40% afirma que fotografiaría y publicaría un cóctel si el ambiente lo justifica. Esto ayuda a explicar el éxito del vino aromatizado XXL con alta graduación alcohólica y etiqueta llamativa.

El mercado chino del vino muestra señales de recuperación tras varios años complicados. Esta fue una conclusión relevante durante una conferencia sobre vinos celebrada por Liv-ex en Londres la semana pasada y moderada por Felicity Carter. Tom Burchfield, responsable de inteligencia de mercado en Liv-ex, señaló que se percibe una mejora tanto en datos como en sensaciones dentro del mercado asiático. Michael Saunders, director ejecutivo de Coterie Holdings —grupo propietario de varias empresas vinícolas— explicó que el consumo ostentoso sigue mal visto especialmente en Pekín debido a preocupaciones locales; esto mantiene deprimido ese mercado concreto. Saunders atribuye parte del descenso reciente a la entrada previa de vinos

poco fiables que ahora están siendo retirados del circuito comercial.

Coterie Holdings adquirió un distribuidor con oficinas en Hong Kong, Shenzhen, Pekín y Shanghái en diciembre de 2024 anticipando una recuperación próxima del sector vinícola chino. Saunders subrayó que hay grandes cantidades almacenadas esperando ser consumidas y que si la demanda repunta podrían desaparecer rápidamente del inventario nacional. Lo relevante no es solo el volumen almacenado sino también el conocimiento creciente entre los consumidores asiáticos sobre los vinos disponibles; Saunders relató cómo durante una cena en Taipéi los asistentes demostraron saber más sobre Borgoña que él mismo.

Burchfield añadió que Liv-ex observa mayor actividad comercial con vinos borgoñones desde Hong Kong. Según Saunders, lo que diferencia a China respecto a otros mercados es su tamaño: basta un pequeño cambio para generar cifras muy elevadas rápidamente. Su impresión es que cuando China recupere ritmo será difícil prever hasta dónde puede llegar su impacto desde Occidente.