vinetur

La FTC pacta límites al mayor distribuidor de alcohol por cobrar más a pequeñas tiendas

El acuerdo en 26 estados protege a comercios independientes frente a descuentos reservados a grandes cadenas

sábado 3 de octubre de 2026

La Comisión Federal de Comercio de Estados Unidos, la FTC, cerró este viernes, 2 de octubre, un acuerdo con Southern Glazer’s Wine and Spirits, el mayor distribuidor de vino y bebidas espirituosas del país, para poner fin a un litigio por supuesta discriminación ilegal de precios contra tiendas pequeñas e independientes. La agencia sostiene que esas prácticas dificultaban que esos comercios pudieran vender en igualdad de condiciones frente a las grandes cadenas.

El pacto resuelve una demanda presentada por la propia FTC en 2024 al amparo de la ley Robinson-Patman, una norma que prohíbe, con carácter general, cobrar precios distintos por productos equivalentes cuando esa diferencia perjudica la rivalidad en el mercado. La agencia afirma que se trata de su primera actuación bajo esa ley en una generación.

La FTC acusa a Southern Glazer’s de haber aplicado precios mucho más altos a minoristas independientes por botellas idénticas de vino y bebidas espirituosas vendidas en el mismo periodo que a grandes cadenas rivales, incluso cuando los establecimientos estaban a pocos kilómetros o a pocas manzanas entre sí. Entre los ejemplos citados por la agencia figuran cadenas como Total Wine, Walmart y Kroger.

Según la denuncia de la FTC, la diferencia no se limitaba al precio de salida. La agencia sostiene que Southern ofrecía descuentos y reembolsos a grandes compradores a los que los pequeños comercios no podían acceder y que esas ventajas no estaban justificadas por diferencias en el gasto de distribución entre unos clientes y otros. A juicio del organismo, ese sistema reducía la capacidad de las tiendas independientes para mantener precios parecidos a los de las cadenas nacionales y regionales.

El acuerdo tiene un alcance amplio. Abarca casi todas las ventas de vino y bebidas espirituosas de Southern a las cinco mayores cadenas minoristas en 26 estados: Alaska, Arizona, Arkansas, California, Colorado, Delaware, Florida, Hawái, Illinois, Indiana, Kansas, Kentucky, Luisiana, Maryland, Minnesota, Misuri, Nebraska, Nevada, Nuevo México, Nueva York, Dakota del Norte, Oklahoma, Carolina del Sur, Tennessee, Texas y Washington.

La orden pactada limita la posibilidad de que Southern cobre a pequeños minoristas independientes precios superiores a los que ofrece a grandes cadenas que compiten con ellos. El texto se centra en operaciones “emparejadas”: casos en los que la empresa vende un producto a una cadena a un precio y, al mismo tiempo, vende ese mismo producto a una tienda independiente cercana a un precio bastante más alto.

Para que exista incumplimiento deben darse varias condiciones. Una de ellas es que la diferencia supere un umbral máximo calculado a partir de los gastos operativos propios de cada estado. Otra es que la discriminación se repita y que, sumadas esas diferencias, sobrepase los 5.000 dólares en un periodo de 12 meses.

Si un conjunto de operaciones entra en ese supuesto, Southern podrá corregir la infracción pagando al minorista independiente 1,5 veces la suma total de la diferencia de precios acumulada. Si no lo hace, la FTC podrá acudir de nuevo a la vía judicial y, si gana, la compañía tendrá que pagar al minorista perjudicado el doble del importe agregado de esas diferencias. Además, si el monitor independiente concluye en el futuro que la empresa incumple la orden, el acuerdo prevé pagos directos en efectivo a los pequeños negocios afectados.

La vigilancia del cumplimiento no será puntual. La orden tendrá una duración de seis años y quedará bajo la supervisión de un monitor independiente. La comisión de la FTC aprobó la emisión de la orden por 2 votos a 0 y el caso fue presentado ante el Tribunal de Distrito de Estados Unidos para el Distrito Central de California.

Daniel Guarnera, director del área antimonopolio de la FTC, afirmó que el acuerdo refuerza la aplicación de la ley Robinson-Patman, aprobada por el Congreso para que los pequeños negocios puedan medirse con las grandes empresas. También defendió que las pequeñas compañías forman parte esencial de la economía estadounidense y que la agencia quiere que todas puedan vender a sus clientes con reglas iguales, sin importar su tamaño.

Southern Glazer’s, por su parte, señaló en una declaración recogida por Associated Press que acepta el acuerdo para dejar atrás este asunto y que seguirá atendiendo de forma equitativa a todos sus clientes. AP añadió que la FTC considera este caso parte de un esfuerzo más amplio para vigilar prácticas anticompetitivas en la distribución de bebidas alcohólicas.

El efecto potencial del acuerdo va más allá del litigio entre la agencia y una empresa concreta. En la distribución de vino y bebidas espirituosas, el acceso a descuentos, reembolsos y tarifas preferentes condiciona mucho el margen con el que trabajan las tiendas. Si las condiciones pactadas se aplican como prevé la FTC, las tiendas independientes podrían tener más opciones para comprar a precios más cercanos a los de las grandes cadenas, algo que puede alterar el equilibrio comercial en un sector donde el tamaño del comprador suele marcar una diferencia importante.

La orden todavía necesita la aprobación y la firma del juez federal para tener fuerza de ley, un requisito habitual en este tipo de acuerdos en Estados Unidos. Andrew N. Ferguson, presidente de la FTC, y el comisionado Mark R. Meador emitieron además declaraciones separadas sobre el caso.