vinetur

Pensilvania encarece los cócteles en lata al imponer precios mínimos en tiendas privadas

Stateside denuncia que la PLCB actúa como regulador, cliente y competidor en el mismo mercado

sábado 24 de octubre de 2026

Los consumidores de Pensilvania están pagando más por algunos de los cócteles en lata más vendidos del momento después de que el organismo público que controla el mercado de licores del estado decidiera fijar también el precio mínimo de esos productos para el resto de los comercios. El caso afecta de lleno a Stateside Vodka, una empresa de Filadelfia, y a su marca Super Lyte, y ha reabierto el debate sobre el papel de la Pennsylvania Liquor Control Board, la PLCB, como regulador y vendedor al mismo tiempo.

La tensión va más allá de una marca. En un mercado en el que las bebidas listas para beber ganan peso, la forma en que Pensilvania fija precios y reparte el producto puede influir en los márgenes de distribuidores y tiendas, en el acceso al mercado de nuevas referencias y en las decisiones de bodegas, cerveceras y destilerías que quieran entrar en esta categoría con formatos en lata.

La PLCB tiene un poder poco común en Estados Unidos. Gestiona unas 560 tiendas estatales de bebidas alcohólicas, 13 centros de suministro para licenciatarios y dos grandes centros de distribución en Pittsburgh y Filadelfia. Además, vende al por mayor vino y destilados, concede licencias y financia parte de la vigilancia policial sobre el alcohol. Cuando incorpora un producto a su catálogo, también fija el precio mínimo al que pueden venderlo otros comercios.

Ese mecanismo ha quedado en primer plano con Super Lyte, un cóctel en lata a base de vodka y con imagen de bebida deportiva que Stateside lanzó en primavera. El producto contiene 0 azúcar, 90 calorías y 4,5% de alcohol. Según la empresa, se convirtió en el lanzamiento más rápido de la historia en la categoría de cócteles listos para beber: vendió un millón de cajas en 142 días. El récord anterior, añade la compañía, estaba en manos de Lucky One, una línea de limonadas y tés con vodka de Spirit of Gallo, que había llegado a esa cifra en su primer año. El presidente de Stateside, Matt Quigley, calculó en septiembre que Super Lyte cerraría el año con 4 millones de cajas vendidas.

La relación con la PLCB se tensó el 3 de junio, cuando el director ejecutivo del organismo, Rodrigo Diaz, envió una carta a Clement Pappas, cofundador de Stateside. En ella le comunicaba que la junta quería comprar todas las variedades de cócteles listos para beber que comercializara la empresa y en todos sus formatos, salvo indicación en contra.

Desde Stateside resumen así su situación: la PLCB es a la vez su regulador, su cliente y su rival comercial. Un representante de la empresa dijo que operar en ese marco es “un triángulo muy extraño”. La compañía sostiene que el organismo hizo valer un derecho que la ley le reconoce, pero de una forma que no se había utilizado antes. También afirma que nunca había recibido una carta de ese tipo ni una petición para abarcar toda su gama.

El origen del choque está en la apertura parcial aprobada por el estado en julio de 2024. La ley 86 permitió que los distribuidores de cerveza y bebidas de malta, además de supermercados, tiendas de conveniencia y hoteles, pudieran vender cócteles en lata elaborados con destilados. Los fabricantes de Pensilvania, como Stateside, pasaron a poder vender directamente a esos comercios. Pero la norma mantuvo al mismo tiempo el derecho de la PLCB a comprar y vender también esa misma categoría.

Ahí aparece el conflicto de intereses que denuncian parte del sector y varios juristas. El organismo licencia a los negocios privados y al mismo tiempo compite con ellos por la venta del producto. Shawn Kelly, portavoz de la PLCB, respondió que ese esquema está definido por la legislación estatal y que cualquier cambio depende del Parlamento, no

del propio organismo.

Antes del choque de junio, la relación ya arrastraba roces por la forma de servir a dos canales con reglas distintas. Las tiendas estatales Fine Wine and Good Spirits vendían algunas referencias de Surfside, otro producto de Stateside, en paquetes de cuatro unidades. Más tarde, la empresa lanzó envases de seis y de 12 unidades con códigos distintos que no figuraban en el sistema estatal. Eso le permitía venderlos directamente a comercios privados a un precio más bajo. Según Shawn David, copropietario del distribuidor Beaver County Beverage, esa diferencia desapareció cuando la PLCB decidió incluir todas las variedades y todos los formatos de Stateside.

La compañía había recibido señales del organismo antes incluso del lanzamiento de Super Lyte. Según un representante de Stateside, el 10 de marzo la PLCB envió un correo para comunicar que quería vender el producto. La empresa respondió que no podía atender el pedido de inmediato. Había colocado por adelantado 300.000 cajas y la demanda ya superaba su capacidad disponible. Stateside aseguró que no podría ampliar producción hasta otoño.

A esa limitación se sumó un problema de embalaje. La PLCB exigía que cada caja de 24 latas de Super Lyte, formada por tres paquetes de ocho, llegara retractilada. Stateside no utilizaba ese formato para Super Lyte y no lo había incorporado a su planificación. La empresa trasladó al organismo que no podía adaptarse a ese ritmo, aunque ofreció un calendario para hacerlo más adelante.

Kelly defendió que la PLCB mantiene requisitos estándar de etiquetado, empaquetado y entrega para todos los proveedores. A su juicio, esas normas permiten recibir, almacenar y transportar el producto con seguridad y con menos trabajo adicional en los centros de distribución. Cuando el proveedor no cumple esas condiciones, añadió, debe asumir las tasas necesarias para adecuar el producto.

Finalmente, la junta recurrió a sus contratistas para alquilar una máquina de retractilado y rehacer parte del embalaje de Super Lyte y Surfside. Stateside pagó 1 dólar por caja por ese trabajo, tras negociar la tarifa, según ambas partes.

El efecto más visible llegó en septiembre. Una vez que la PLCB incorporó todas las referencias de Stateside y todos sus formatos, la empresa dejó de poder vender esos productos a los distribuidores privados por debajo de un descuento mayorista del 10% sobre el precio minorista fijado por el estado.

La diferencia se nota en números concretos. Antes de que la junta incorporara Super Lyte a su sistema, los distribuidores que compraban palés directamente a Stateside podían acceder a descuentos por volumen que dejaban el precio en 47,99 dólares por caja. Ahora, según David, cuando necesita reponer producto debe conducir unos 48 kilómetros hasta el centro de servicio para licenciatarios de Bridgeville y pagar el precio fijado por el estado: 53,99 dólares por caja.

David sostiene que el nuevo esquema deja a los distribuidores privados con un margen mínimo y traslada el alza al consumidor. “Ahora que tenemos que comprar al estado, competimos con el estado con casi nada de margen”, dijo. “Los consumidores pagan más y nosotros ganamos muy poco”.

Charlie Caputo, abogado en Pittsburgh y asesor general de la asociación de distribuidores de bebidas de malta de Pensilvania, resumió el problema desde el punto de vista de su sector: si hay un conflicto entre Stateside y la PLCB, los distribuidores de cerveza quedan atrapados en medio.

Varios vendedores y responsables de asociaciones consultados sobre este asunto evitaron identificarse públicamente por temor a chocar con la junta estatal. Esa cautela da una idea del peso que conserva el organismo en un mercado que, pese a las reformas, sigue muy condicionado por las decisiones administrativas.

Kelly rechazó la idea de que la PLCB no estuviera preparada para esta categoría. Recordó que los cócteles en lata llevan más de cinco años ganando cuota y que la adaptación del organismo a los productos en lata empezó con el auge del vino en ese formato en 2016. También defendió la función económica de la junta como motor de ingresos públicos. Según sus cifras, la PLCB aporta unos 750 millones de dólares al año en impuestos y beneficios al fondo general del estado y reparte además 3 millones de dólares anuales en ayudas para apoyar a las industrias del vino, los destilados y la cerveza de Pensilvania.

El portavoz añadió que la intención del legislador al aprobar la reforma de 2024 no era apartar a la PLCB de esta categoría, sino mantenerla como mayorista principal de los cócteles listos para beber y ofrecer a los fabricantes de Pensilvania una vía adicional de venta directa.

La discusión también tiene un trasfondo histórico. Pensilvania creó su Liquor Control Board el 29 de noviembre de 1933, pocos días antes del fin de la Ley Seca a escala federal. El historiador Char Miller, profesor en Pomona College, recuerda que el entonces gobernador Gifford Pinchot impulsó un sistema pensado para limitar el acceso al alcohol mediante un control estricto de la venta, el precio y la distribución, y para asegurar una fuente de ingresos para el estado. Casi un siglo después, esa arquitectura sigue marcando el mercado.

Para los fabricantes de cócteles en lata, el resultado es un canal de venta abierto en apariencia, pero con un árbitro que también participa en el negocio. En el caso de Super Lyte, ese modelo ha coincidido con uno de los lanzamientos más rápidos del sector y ha llevado a un encarecimiento inmediato del producto en los puntos de venta privados de Pensilvania.