vinetur

La justicia de Nairobi impone duros límites a la venta online de alcohol

Las plataformas solo podrán operar con licencia y controles de edad en acceso, compra y entrega

miércoles 11 de noviembre de 2026



La Alta Corte de Nairobi ha impuesto límites cautelares a la venta digital de bebidas alcohólicas dentro del condado de la capital keniana y ha condicionado esa actividad al cumplimiento de requisitos estrictos de licencia, verificación de edad y protección del consumidor.

La decisión afecta a la publicación, oferta, pedido, venta, suministro y entrega de alcohol a través de aplicaciones de comercio electrónico, páginas web y otros mercados digitales. La medida no supone una prohibición total, pero sí suspende esas operaciones cuando los operadores no cumplan las exigencias fijadas por el tribunal.

Las órdenes fueron dictadas este lunes, 9 de noviembre, por el tribunal de Milimani, en Nairobi, y se conocieron este martes, 10 de noviembre. La resolución tiene carácter provisional y seguirá en vigor mientras se tramita una solicitud que cuestiona este modelo de venta.

El tribunal ordenó que todas las plataformas digitales que faciliten ventas de alcohol cuenten con las licencias y autorizaciones exigidas por la ley. Además, dispuso que estas bebidas solo puedan ofrecerse en apartados digitales específicos y con acceso restringido. Para entrar en esos espacios, los clientes deberán pasar por sistemas seguros de autenticación, como contraseñas, números de identificación personal o mecanismos equivalentes.

La corte también fijó una exigencia doble sobre la edad del comprador. Por un lado, las plataformas deberán comprobar de forma fiable que el usuario tiene al menos 18 años antes de permitirle el acceso a los servicios de compra de alcohol. Por otro, la edad del comprador deberá verificarse antes de cerrar la operación. A eso se suma un tercer control en el momento de la entrega: la persona que reciba la bebida tendrá que acreditar también su mayoría de edad antes de la entrega o la cesión del producto.

La resolución va más allá de la transacción en sí y alcanza a la promoción digital. El tribunal prohibió que los anuncios, enlaces y otros mecanismos promocionales sirvan para eludir los controles de autenticación y de edad. En una orden separada, restringió también la publicidad, comercialización y promoción de bebidas alcohólicas mediante hipervínculos, anuncios interactivos u otras herramientas digitales que conduzcan a listados de venta o a opciones de compra sin cumplir antes con esas garantías.

El caso parte de una solicitud presentada por David Biketi Wati contra el Gobierno del Condado de Nairobi, la Junta de Control y Licencias de Bebidas Alcohólicas del condado y otro demandado no identificado en la información difundida por el tribunal. La corte declaró urgente la petición y aceptó de forma provisional las solicitudes segunda y

tercera del demandante mientras se resuelve el fondo del asunto.

El juez ordenó al solicitante notificar las medidas cautelares y las instrucciones judiciales a los demandados y a las partes interesadas en un plazo de dos días. A su vez, los demandados y esas partes dispondrán de siete días desde la notificación para presentar y trasladar sus respuestas. El asunto volverá a tratarse el próximo 18 de noviembre, cuando el tribunal comprobará si se ha cumplido lo ordenado y decidirá los siguientes pasos del procedimiento.

La resolución pone el foco en un punto sensible para la regulación del alcohol en internet: el acceso de menores. El tribunal sitúa la verificación de edad en tres momentos distintos del proceso, acceso, compra y entrega, con la intención de cerrar vías por las que un menor pueda ver la oferta, completar el pago o recibir el producto a través de terceros.

También introduce obligaciones operativas concretas para las empresas que trabajan con este canal. No basta con vender desde una web o una aplicación generalista. Si quieren mantener la actividad en Nairobi, esas compañías deberán separar el alcohol del resto de productos en espacios restringidos, implantar barreras tecnológicas y revisar su publicidad digital para que no funcione como una puerta de entrada directa a la compra sin control previo.

Para el sector de las bebidas, incluidas las empresas de vino, cerveza y espirituosos que usan plataformas digitales, la decisión puede tener efectos inmediatos en la forma de vender en Nairobi. Si estas exigencias se mantienen, distribuidores, comercios y aplicaciones de entrega tendrán que reforzar sus sistemas de identificación de usuarios y sus protocolos de entrega, con un posible impacto en tiempos de operación, inversión técnica y relación con operadores logísticos.

La medida también puede influir en cómo se diseñan las campañas comerciales. Las órdenes del tribunal limitan el uso de enlaces y formatos interactivos cuando sirvan para llevar al consumidor a una compra de alcohol sin pasar antes por filtros de acceso y edad. Eso obliga a revisar la arquitectura de las páginas, los anuncios y los recorridos de compra.

Por ahora, el alcance de la decisión es cautelar y está circunscrito al condado de Nairobi. El procedimiento sigue abierto y será la vista posterior la que permita saber si el tribunal mantiene, modifica o levanta estas condiciones. Mientras tanto, la venta digital de alcohol en la capital keniana queda sometida a un control judicial más estricto del que tenía hasta ahora.