

Zeitschrift: Panorama suizo : revista para los Suizos en el extranjero
Herausgeber: Organización de los Suizos en el extranjero
Band: 49 (2022)
Heft: 1

Artikel: El gigante naranja rompe un tabú
Autor: Peter, Theodora
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1052369>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 04.04.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

El gigante naranja rompe un tabú

Desde su fundación, hace casi un siglo, Migros ha renunciado a la venta de vino, cerveza y licor. Mas esto podría cambiar en breve: en junio, los 2,2 millones de socios de esta cooperativa votarán para decidir si se mantiene o no la prohibición del alcohol.

THEODORA PETER

Para algunos, es una costumbre que huele a rancia; para otros, es parte irrenunciable de la imagen de la principal empresa de venta al por menor de Suiza: la prohibición de la venta de alcohol y tabaco. Gottfried Duttweiler (1888-1962), fundador de Migros, consignó explícitamente esta prohibición en los estatutos de la cooperativa. Si bien él mismo bebía vino y fumaba cigarrillos, Duttweiler prescindió de la lucrativa venta de estupefacientes legales con el afán de preservar la salud pública. Asimismo, logró que se disparara la venta de bebidas sin alcohol, como el jugo de manzana, produciéndolas por cuenta propia y reduciendo drásticamente su costo. ¿Quién sabe si, hoy por hoy, seguiría el antiguo patrón de Migros con su decisión de prohibir la venta de vino y cerveza en sus establecimientos? Según se desprende de grabaciones realizadas en los años cincuenta, Duttweiler llegó a cuestionar el mantenimiento de esta prohibición.

El alcohol ya se vende por internet

De hecho, el gigante naranja ya está eludiendo la prohibición: ofrece cerveza, vino y licor a sus clientes, tanto en su tienda en línea, como en los establecimientos Migrolino de estaciones de tren y gasolineras y en sus filiales Denner. Denner, cadena de supermercados de descuento adquirida por el grupo Migros en 2007, es el segundo vendedor de vino de Suiza, después de Coop. Para los comerciantes hay mucho dinero en juego: en 2020, los suizos gastaron un total de 2 600 millones de francos en alcohol, un 8,6 por ciento de la facturación del sector alimentario. No se sabe con certeza cuánto más podría ganar Migros con la

venta de alcohol en supermercados. Según los escépticos, estos ingresos podrían perjudicar a las filiales Denner.

El proyecto de liberalización no ha sentado nada bien a la Cruz Azul, organización que defiende la abstinencia. Considera que la prohibición constituye una protección importante para los alcohólicos rehabilitados, ya que estos corren peligro constante de recaer en su adicción cuando topan con botellas de alcohol mientras están de compras. Además, critica esta organización, Migros podría perder su fama de empresa con responsabilidad social.

Una diferencia decisiva

Esto es motivo de preocupación también para el publicista Thomas Wildberger, quien fuera el encargado de la campaña de promoción del gigante minorista, bajo el lema “Migros es de todos”. Como afirma en una entrevista, renunciar a la venta de estos productos hace de Migros un establecimiento único y popular. “A la población le encanta Migros por esta peculiaridad”. El experto en *marketing* considera poco prudente renunciar a esta ventaja estratégica.

Aún no se ha dicho la última palabra: en junio, Migros llamará a sus 2,2 millones de socios cooperativistas a votar sobre el posible levantamiento de la prohibición del alcohol. Los comités de los diez sindicatos regionales ya han allanado el camino. Para modificar los estatutos se requiere una mayoría de dos tercios de votos en cada región. Serán ellos quienes, en última instancia, decidirán si a partir de 2023 las filiales de Migros ofrecerán a sus clientes cerveza, vino y licor.

Gottlieb Duttweiler (1888-1962), sibarita y vividor, consignó en los estatutos de Migros la prohibición de vender alcohol: aquí lo vemos en 1960, ante su establecimiento de Oerlikon (ZH).

La principal empresa de venta al por menor de Suiza ofrece prácticamente de todo, excepto alcohol y tabaco. Imagen de archivo Keystone

