

CERVECERÍA Y MALTERÍA QUILMES SANCIÓN POR VIOLACIONES A LA LEY DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

La CNDC impuso una sanción de multa y medidas correctivas por la acreditación de un abuso de posición dominante de carácter exclusorio en el mercado de distribución de cervezas.



Comisión Nacional de
Defensa de la Competencia



Denuncias ante la CNDC

Las actuaciones se iniciaron por las denuncias formuladas por parte de las empresas Compañía Cervecerías Unidas S.A., Compañía Industrial Cervecera S.A. y Otro Mundo Brewing Company S.A.



Investigación

QUILMES desarrolló un conjunto de estrategias de fidelización que tienen como objetivo generar espacios exclusivos de venta minorista de cervezas en los canales **On y Off Premise**, generando un cierre vertical del mercado para los competidores actuales y potenciales.

Las conductas investigadas por la CNDC también fueron sancionadas por las autoridades de competencia de Brasil, Chile, Colombia, Grecia, Mexico Republica Dominicana y Uruguay.

ON PREMISE

PUNTOS DE VENTA
BARES
RESTAURANTES, ETC.

OFF PREMISE

PUNTOS DE VENTA
- SUPERMERCADOS,
- AUTOSERVICIOS



Diagnóstico de la investigación

QUILMES desarrolló un conjunto de estrategias de fidelización con el propósito de generar espacios exclusivos de venta minorista de cervezas, a partir del cual se produjo un cierre vertical del mercado para los competidores actuales y potenciales. El conjunto de instrumentos de fidelización que dieron origen a las conductas sancionadas se reflejan en las siguientes prácticas:

- (a) Venta exclusiva de cervezas y otros productos de QUILMES en los puntos de venta On Premise (bares, restaurantes, etc.) a cambio de contratos de dinero, publicidad, mobiliario y descuentos sobre la cartera de productos que comercializa (cervezas, aguas, aguas saborizadas, isotónicas, gaseosas, energizantes, etc.).
- (b) Exigencias de espacios exclusivos y preferenciales en góndolas y punteras en los canales Off Premise superiores a su participación de mercado (supermercados, autoservicios y almacenes de gran tamaño), a cambio de descuentos y promociones.
- (c) Exclusividad en el uso de heladeras en los segmentos On Premise y Off Premise.

Todas estas prácticas constituyeron el establecimiento de barreras a la entrada en el mercado de distribución de cervezas. Desde el punto de vista de la defensa de la competencia, las barreras a la entrada les permiten a las firmas que operan en el mercado obtener beneficios supracompetitivos, impidiendo que competidores actuales o potenciales disciplinen los precios.

La posición dominante de QUILMES es resultado de la elevada y estable participación de más del 70% en el mercado de producción y distribución de cervezas.



CNDC resuelve

MULTA
150MILLONES

Por abuso de posición dominante
de tipo exclusorio



MEDIDAS
CORRECTIVAS

ACUERDOS COMERCIALES

No podrá instrumentar ningún tipo de acuerdo comercial que tenga por objeto o efecto generar restricciones verticales sobre los canales de comercialización.

- No podrá exigir exclusividad de venta de sus productos.
- No podrá ofrecer como primera opción sus productos.
- No podrá eliminar a los competidores de las cartas, menú u otros.
- No podrá limitar o prohibir la exhibición de los productos de la competencia a través de acuerdos de espacios exclusivos en góndolas o punteras.
- No podrá exigir el uso exclusivo de heladeras para refrigerar los productos en los puntos de venta con espacio limitado para la disposición de una sola heladera (como kioscos y almacenes).

OTROS PRODUCTOS

Deberá mantener una estrategia de comercialización de sus marcas de cerveza en forma independiente del resto de las bebidas que distribuye.

- No podrá establecer descuentos cruzados entre distintos productos, ni sujetar la venta de un producto a la adquisición de otro.

PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN EXCLUSIVA

La entrega de mobiliario, marquesina u otros, deberán sujetarse a las siguientes condiciones:

- Duración máxima de tres años.
- Cláusulas precisas de rescisión anticipada luego del primer año.
- No permitirán la renovación automática.
- No prohibirán la venta de productos de la competencia, ni establecerá un orden de preferencia en la oferta de productos
- Permitirán la inclusión de los productos de los competidores en las cartas o menú.