



**CASO SOBRE LA CONSTITUCIÓN DE CARTELES DE PRECIOS EN LA INDUSTRIA
DE LOS TUBOS DE CONCRETO EN COLOMBIA**

AUTOR

JUAN FELIPE RAMÍREZ BERMÚDEZ

DIRECTOR DEL PROYECTO

FRANCISCO HECTOR OCHOA DÍAZ

UNIVERSIDAD ICESI

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ECONOMÍA

SANTIAGO DE CALI

2021

| | |
|--|-----------|
| 1. RESUMEN | 3 |
| 2. MARCO TEÓRICO | 4 |
| 3. MARCO LEGAL | 6 |
| 3.1 CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE COLOMBIA DE 1991 | 6 |
| 3.2 LEY 256 DE 1996..... | 7 |
| 3.3 SENTENCIA C-535/97 | 7 |
| 3.4 LEY 1340 DE 2009..... | 8 |
| 4. MARCO INTERNACIONAL | 8 |
| 5. CASO TUBOS DE CEMENTO | 9 |
| 6. INVESTIGACIÓN | 12 |
| ESQUEMA 1: ETAPAS QUE SE CUMPLÍAN CADA VEZ QUE IBA A HABER UNA REPARTICIÓN DE CLIENTES O PROYECTOS..... | 13 |
| ESQUEMA 2: DINÁMICA DE EJECUCIÓN DE LA CONDUCTA ANTICOMPETITIVA | 15 |
| ESQUEMA 3: SANCIONES IMPUESTAS..... | 17 |
| 7. RESPONSABILIDADES | 17 |
| 8. CONCLUSIONES | 18 |
| 9. BIBLIOGRAFÍA | 19 |

1. Resumen

El objetivo del presente trabajo investigativo es construir un caso que permita analizar y describir las implicaciones de la constitución de un cartel de para los tubos de cemento teniendo en cuenta todo lo que esto implica para la economía y sociedad. Desde este caso se busca entender su conformación, conocer como se dio el proceso de investigación, forma de operación y las sanciones aplicadas por la entidad competente que en este caso es la Superintendencia de Industria y comercio (SIC). Se busca comprender el impacto que puede llegar a tener este tipo de practica empresarial en los consumidores y como estos se ven afectados cuando se incurre en estas. La metodología que se utilizó para esta investigación cualitativa se recopilo desde lo publicado por la SIC y medios periodísticos que brindaron información del tema. Este caso busca poder ser utilizado como material de estudio para Ética de los negocios.

Palabras clave: SIC, cartel, ética, sociedad, economía,.

Abstract

This research purpose is to give information on economic cartels formation studying one specific case in Colombia which is the cartel of the concrete pipes and how the superintendencia de industria y comercio took the investigation. It is also key to understand in which way where the fines and sanctions made and how where the consumers affected due to this type of behavior on the market of this kind of good which is mostly used on construction to provide a public service

how it is public sewerage. This case is made in contribution to the preparation of study materials for Business Ethics courses.

Key words: SIC, cartel, ethics, society, economy.

2. Marco teórico

En la microeconomía clásica se analiza el mercado desde el punto de vista neoclásica en donde vendedores y compradores entran en contacto para el comercio de bienes, es aquí donde interactúan oferta y demanda, de esta forma dependiendo de como estos sujetos que hacen parte del mercado se comporten puede llegar a aumentar o disminuir el precio. Entre los modelos económicos que existen para explicar el mercado uno de los más importantes es el de Marshall en el cual se demuestra como la oferta y la demanda actúan de manera simultanea para que se establezca un precio, a partir de estos modelos se añaden nuevos conceptos a considerar como lo son incertidumbre e información imperfecta que permiten entender mejor el comportamiento del precio en el mercado. Adicionalmente se empieza a tener en cuenta la toma de decisiones de los actores y como estas no son siempre racionales.

La mayoría de modelos proponen un termino conocido como equilibrio de mercado, este es el punto en el que se alcanza un precio que garantiza que las cantidades ofrecidas sean las mismas que las demandadas. Este equilibrio se da en mercados en competencia perfecta donde los productos transados son homogéneos, en este tipo de mercados el precio solo se ve influenciado por como se produce y se demanda hasta llegar a un punto ideal donde de cierta manera se benefician ambas partes del mercado. En este tipo de mercado de cierta forma ideal se cumple además con que la información a la que tienen acceso los compradores es perfecta lo cual les

permite tomar mejores decisiones y determinar el precio que están dispuestos a pagar por el artículo.

Pero existen casos en los que estos supuestos no se presentan y no son válidos los supuestos mencionados anteriormente, los principales ejemplos de este tipo de situaciones son oligopolios, carteles y monopolios. En estas situaciones el mayor perjudicado es el consumidor ya que se presentan tipos de competencias desleales o casos en los que no hay competencia por lo que el precio se puede fijar por parte de las empresas manipulando la cantidad producida y de esta forma llegando a un precio que les proporciona el mayor beneficio a las empresas.

En muchos casos son las empresas que tienen mayor porción del mercado las que cuentan con la capacidad de constituir un cartel de precios y lograr mediante pactos entre estas abarcar el mercado en mayor medida. Generalmente por volumen de producción son las empresas grandes las que tienen un menor costo de operación y al asociarse entre sí esta producción puede abarataarse aun más. El cartel cuenta con características similares a las de un monopolio por la cantidad de mercado que logra controlar y como se fijan los precios.

En la actualidad observamos mercados liderados por grandes empresas lo cual es el escenario perfecto para el surgimiento de un cartel, mercados liderados por dos o tres empresas que opacan a otras pequeñas que luchan por una pequeña parte de los consumidores, la idea de la posibilidad de aumentar en cantidades grandes los beneficios de las empresas grandes mediante los pactos entre empresas termina corrompiendo la idea de seguir compitiendo en el mercado.

3. Marco legal

Este apartado pretende mostrar las leyes existentes en cuanto a la normatividad existente en el país en cuanto a la cartelización y la fijación de precios. Dando a conocer como desde la constitución ya existe un marco para identificar las practicas consideradas desleales que afectan al mercado y su comportamiento.

3.1 Constitución Política de Colombia de 1991

La constitución Colombiana es la encargada de presentar las reglas de juego para el mercado, es quien debe regular este y garantizar su correcto funcionamiento. Se busca que las empresas compitan bajo las mismas condiciones con un nivel justo de competencia y de esta forma brindar a los consumidores diversas opciones de las cuales pueden escoger la que se ajuste mejor a sus necesidades. Sin las normas y leyes que se presentan en la constitución se hace más fácil la aparición de carteles o otras formas de competencia que alteran el correcto funcionamiento del mercado.

el artículo 333 de la constitución política de Colombia dictamina que:

La actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. Para su ejercicio, nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos, sin autorización de la ley. La libre competencia económica es un derecho de todos que supone responsabilidades. La empresa, como base del desarrollo, tiene una función social que implica obligaciones. El Estado fortalecerá las organizaciones solidarias y estimulará el desarrollo empresarial. El Estado, por mandato de la ley, impedirá que se obstruya o se

restrinja la libertad económica y evitará o controlará cualquier abuso que personas o empresas hagan de su posición dominante en el mercado nacional. La ley delimitará el alcance de la libertad económica cuando así lo exijan el interés social, el ambiente y el patrimonio cultural de la Nación (Constitución política de Colombia, 1991: artículo 333).

3.2 Ley 256 de 1996

Este artículo es salvaguardado por la ley 256 de 1996, según su artículo 1 pretende:

Sin perjuicio de otras formas de protección, la presente Ley tiene por objeto garantizar la libre y leal competencia económica, mediante la prohibición de actos y conductas de competencia desleal, en beneficio de todos los que participen en el mercado y en concordancia con lo establecido en el numeral 1o. del artículo 10 bis del Convenio de París, aprobado mediante Ley 178 de 1994 (Ley 256, 1996: Artículo 1o).

3.3 Sentencia C-535/97

Esta sentencia presenta que se considera como competencia desleal de la siguiente manera:

La ley pretende garantizar la libre y leal competencia económica y se aplica a los actos de competencia desleal cuyos efectos principales repercutan en el mercado nacional. En términos generales se considera que constituye competencia desleal “todo acto o hecho que se realice en el mercado con fines concurrenciales, cuando resulte contrario a las sanas costumbres mercantiles, al principio de buena fe comercial, a los usos deshonestos en materia industrial o comercial, o bien cuando esté encaminado a afectar o afecte la libertad de decisión del comprador o consumidor, o el funcionamiento concurrencial del mercado”. (Corte constitucional, 1997: Sentencia C-535/97).

3.4 Ley 1340 de 2009

La presente ley tiene por objeto actualizar la normatividad en materia de protección de la competencia para adecuarla a las condiciones actuales de los mercados, facilitar a los usuarios su adecuado seguimiento y optimizar las herramientas con que cuentan las autoridades nacionales para el cumplimiento del deber constitucional de proteger la libre competencia económica en el territorio nacional (Ley 1340, 2009: Artículo 1).

4. Marco internacional

La practica del cartel de precios no es exclusiva de ningún mercado, la realidad es que se puede presentar en cualquier lugar del mundo, esto es precisamente lo que se cubrirá en este apartado que será un caso reciente a nivel internacional de cartelización donde se podrán ver las distintas sanciones que se establecen y como se dan las investigaciones.

El caso que se mostrara es el caso del cartel de las autopartes, este funciono desde 2008 a 2017 en el que se vieron involucradas 17 empresas que producían autopartes, considerado por las autoridades del departamento de justicia de Estados Unidos que denominaron este como un “super cartel”, lo consideraron de esta forma por el número de ventas que se vieron afectadas por esta practica. Se estima que entre los años que funciono este cartel el efecto que tuvo en el comercio de estos bienes es de unos \$3.2 a 5.0 trillones de dólares según el instituto americano antimonopolista (American Antitrust Institute).

En este caso las sanciones impuestas rondan el \$1 billón de dólares y han ido a prisión al menos 7 ejecutivos con sanciones entre los 15 meses y 2 años de prisión. Las empresas que se vieron afectadas por el incremento en el precio de las autopartes por estos acuerdos entre las manufactureras son GM, Ford, and Chrysler/Fiat; Audi/VW, BMW, Mercedes/Daimler, PSA

Peugeot, Renault/Nissan; and Hyundai, Kia, Subaru, Suzuki, Isuzu, Mazda, Mitsubishi, Toyota, y Honda. Se estima que este ha sido uno de los carteles más longevos y esto permitió grandes beneficios para las manufactureras y a su vez una gran afectación en las empresas que usaban estos bienes para armar autos como producto final, esto viéndose también reflejado en un aumento del bien final para el consumidor de este.

Las principales sanciones fueron las siguientes:

- A la empresa Furukawa Electric en 2011 que se declaró culpable y aceptó pagar \$200 millones de dólares, tres de sus ejecutivos accedieron a ir a prisión.
- La empresa JFTC en 2012 tuvo que emitir pagos a otras empresas por un aproximado de \$160 millones de dólares
- Las empresas Yazaki Corp y Denso Corp se declararon culpables en 2012 y accedieron a pagar sanciones por \$470 millones de dólares y \$78 millones de dólares respectivamente.

Es claro que los carteles son un problema global y que las entidades competentes deben velar por su prevención para mantener el mercado de la manera más competitiva posible y que no tenga un efecto negativo en el consumidor, se deben buscar medidas de regulación más estrictas al comportamiento de los precios de los productos para poder detectar la formación de estos carteles en su formación y no luego de tanto daño causado a la sociedad y a la economía.

5. Caso tubos de cemento

Un monopolio permite a una firma obtener beneficios mayores a los que lograría en un mercado en competencia, dado que quien domina la oferta del producto puede disponer del precio. En la actualidad es difícil encontrar un ejemplo de esto ya que gracias al libre comercio y la globalización es común que para un mismo bien existan muchas firmas que lo ofrezcan. Lo más cercano a este tipo de mercado es un cartel de precios que se puede presentar cuando existen firmas dispuestas a incurrir en prácticas de competencia desleales y no existen organismos de control fuertes para prevenir que esto ocurra.

Cada país tiene la responsabilidad de ejercer veeduría sobre el mercado y las prácticas de las empresas en este, en el caso de Colombia existe la Superintendencia de Industria y Comercio, que es la entidad que tiene el gobierno para esta labor. En este caso analizaremos el caso de el cartel en el que se vieron involucradas las empresas AMERICAN PIPE AND CONSTRUCTION INTERNATIONAL, MANUFACTURAS DE CEMENTO S.A. y PREFABRICADOS DE CONCRETO TUBOX S.A.S. las cuales acordaron dividirse el mercado y clientes que cada una tendría y se daba pactando porcentajes de descuentos que iban a ofrecer a cada posible comprador. Estas empresas ofrecían tubos de cemento usados en obras como las de alcantarillado público, este cartel tuvo una duración de una década y afecto que se pudiera garantizar el acceso a este servicio público esencial teniendo así un impacto no solo en quien compraba el bien sino también en la población a la que se le iba a prestar el servicio público.

Este mercado para el periodo investigado 2004-2014 mostro ventas por \$168.471.088.653 para un promedio anual de \$15.315.553.514. Existen competidores no solo en las tuberías de concreto, sino también en tuberías para alcantarillado fabricadas en otros materiales como son: arcilla vitrificada, metal, poliéster, PVC, hierro dúctil, polietileno y polipropileno, cabe resaltar

que el concreto es más resistente que estos materiales mencionados y es esta la razón principal por la que es usado por encima de estos.

En el caso de las tuberías de concreto existen dos tipos que son con y sin refuerzo, las que tienen refuerzo son utilizadas en situaciones donde la tubería se ve expuesta a una mayor presión y por lo tanto requiere el recubrimiento o refuerzo que permitirá que no presente fallas dadas las condiciones a las que se vera expuesta. Para este tipo de bienes existen muchas normas de control y calidad, en el caso de Colombia quien las define es ICONTEC con lo que se establecen unos parámetros de control para la elaboración de estas tuberías (con refuerzo y sin refuerzo), esto permite la homogeneidad entre los bienes transados.

Según lo indicado por la SIC se identificaron las características de este cartel, por ejemplo una practica era repartir los clientes del mercado de la tubería de concreto para la ciudad de Bogotá y sus alrededores, la fijación de precios se daba mediante los descuentos que ofrecían estas empresas a los clientes que les correspondían, los cuales eran pactados permitiendo inflar los precios, estas practicas cuestionables se iniciaron en 2004 y el cartel llego a su fin en 2014, la empresa TUBOX solo participo del cartel hasta el 2012.

Este cartel según lo indicado por la SIC operaba en primer lugar mediante reuniones en las que los ejecutivos dividían los potenciales clientes y los descuentos a ofrecer. Las empresas buscaban camuflarse y evitar usar medios corporativos para comunicarse y de esta forma intentar evadir a los organismos de control. Se compartían entre ellas información como reportes de facturación y realizaban visitas de control unas a las otras para validar que la información compartida sobre facturación fuera la correcta.

Esta práctica al afectar un servicio público como lo es el servicio de alcantarillado pone en riesgo la calidad de vida de las personas afectadas ya que si el mercado no opera de manera

eficiente, es muy probable que la calidad y el costo del servicio para los ciudadanos se vea afectado causando así efectos negativos en la sociedad que es directamente impactada. Además que el acceso a este recurso es considerado clave para la lucha contra fenómenos como el de la pobreza. La formación de un cartel de precios alrededor de estos servicios públicos dificulta que se brinde en mayor extensión al causar esa un alza en los precios que disminuirá la capacidad por parte del estado para la construcción de nuevos acueductos en este caso en la ciudad de Bogotá y sus cercanías.

Este caso genero efectos negativos en los consumidores por alrededor de 10 años causando que los tomadores de decisiones no tuvieran acceso a la información adecuada para decidir que producto adquirir lo cual no pasaría en un mercado en competencia donde los compradores tendrían información más precisa para la elección. La falta de información o su alteración es lo que permite engañar al comprador y como en este caso crea que esta tomando decisiones acertadas ya que este asume que tiene toda la información necesaria para esto.

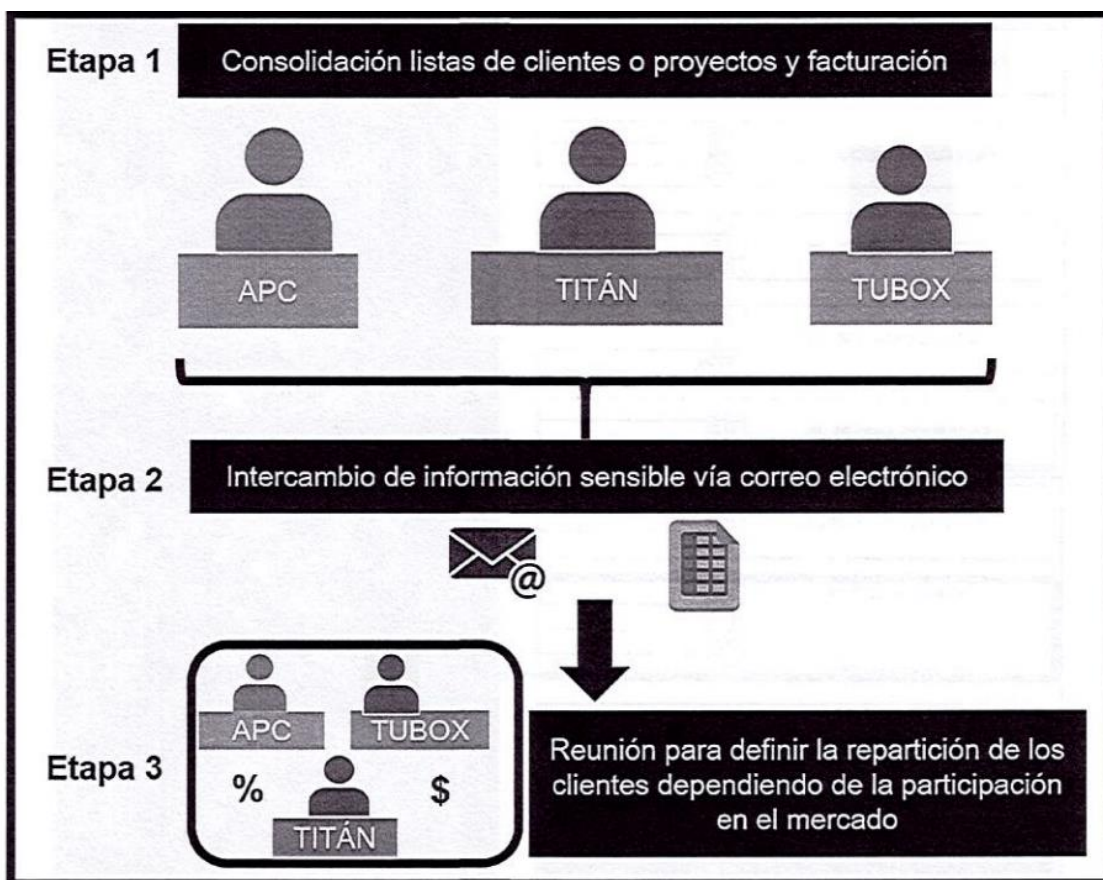
6. Investigación

Esta investigación inicio gracias a que una de las empresas involucradas en el cartel decidió acogerse al programa de beneficios por colaboración. Esta fue AMERICAN PIPE AND CONSTRUCTION INTERNATIONAL (APC) la cual asumió su responsabilidad y confeso su participación mediante conductas que atentaron contra la libre competencia en el mercado de tubos de concreto en el Distrito Capital. Gracias a esta conducta de participación se empezó a investigar a fondo y se realizaron las debidas visitas a las empresas involucrados.

Luego de iniciada la investigación la imputación se pudo realizar gracias a las pruebas suministradas por APC y las declaraciones dadas por sus funcionarios. La delegatura logro identificar la manera de operar de este cartel. La SIC logró identificar tres etapas en el

funcionamiento del cartel. En la primera etapa se conformaban las listas de clientes y proyectos que serían divididos entre las partes integrantes del cartel. En la segunda etapa se compartía la información correspondiente mediante el correo electrónico y con esto se convocaban las reuniones. En la tercera etapa con la reunión se realizaban las reparticiones de proyectos como se ilustra en el siguiente esquema.

Esquema 1: Etapas que se cumplían cada vez que iba a haber una repartición de clientes o proyectos



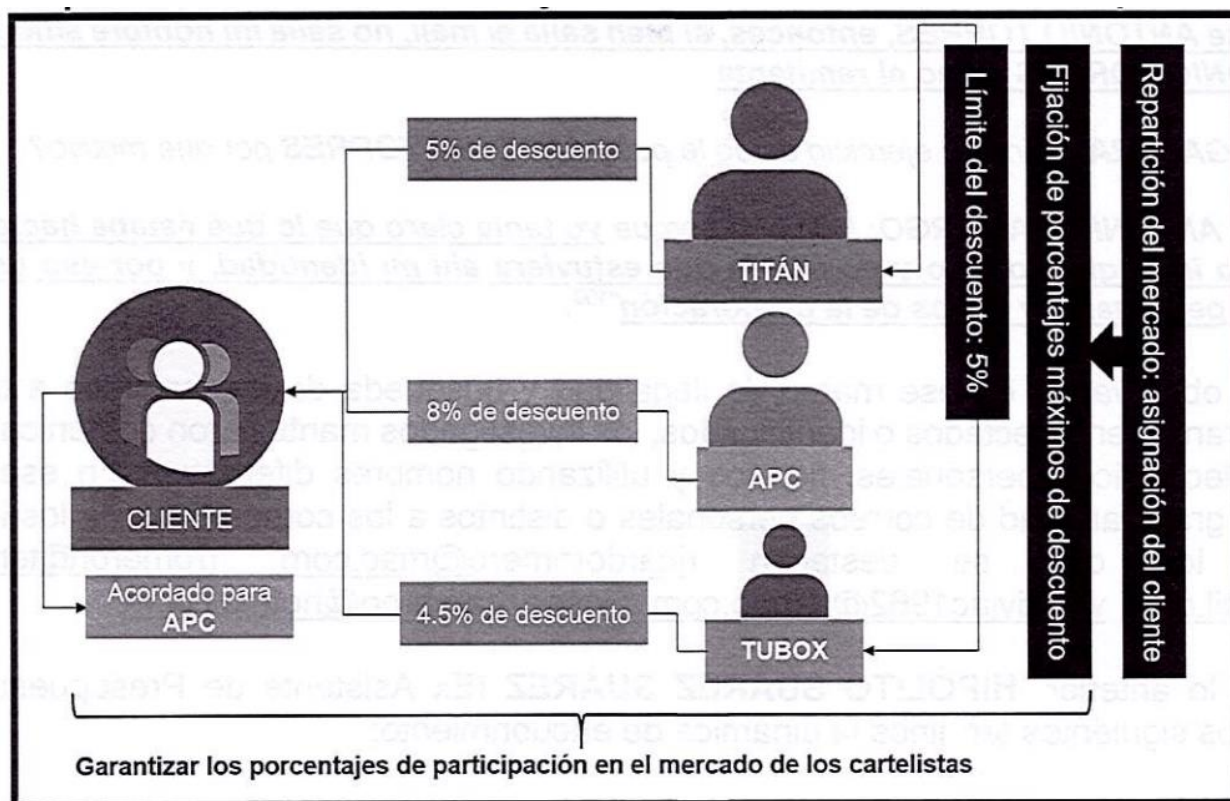
Fuente: SIC

El Gerente general de APC José Antonio Camargo Bermúdez con su declaración permitió confirmar de donde se obtenían los listados de clientes. Camargo indico que esta parte se ejercía como una actividad normal de cada compañía ya que era parte de su actividad comercial. Cada empresa ejerciendo esta labor identificaba que proyectos iba a llevar a las reuniones ya que según el (Camargo) no todos los proyectos eran presentados en las reuniones.

En la segunda fase se enviaba la información detallada de los productos y según las evidencias encontradas por la SIC se incluían en un solo cuadro donde también había información sensible de cada empresa.

Luego de analizar la información recopilada en la segunda fase se llegaba a la reunión de la tercera etapa donde los representantes de las compañías realizaban la repartición de cada proyecto lo cual fue corroborado por el Ex Gerente Comercial de APC quien indico que se pactaba todo y se obligaba de cierta forma al comprador a tomar una de las opciones según los descuentos proporcionados, se pactaba que una de las firmas proporcionaría mayor descuento que las otras dos. Esto también puede observarse mejor en el esquema que presenta la SIC.

Esquema 2: Dinámica de ejecución de la conducta anticompetitiva



Fuente: SIC

RESOLUCIÓN 39386 DE 2019

La superintendencia de industria y comercio por medio de esta resolución y en protección de la competencia impuso sanciones a empresas que fabrican tuberías de cemento para sistemas de sistemas de alcantarillado y a personas naturales. Las sanciones impuestas fueron de \$12.780.288.228 por violación a La libre competencia para los movimientos del mercado.

Se han impuesto sanciones a las empresas AMERICAN PIPE y TITAN por este comportamiento por una década (2004-2014) de acción continua y colaborativa para la

repartición de clientes y proyectos en Bogotá DC y sus alrededores. En esta decisión, la SIC también sancionó a cinco altos ejecutivos por cooperar, promover, aprobar, cometer o aceptar violaciones al Marco de Libre Competencia Económica. Además, se archivó la investigación a TUBOX ya que dejó de participar en estas prácticas.

La investigación logró mostrar que:

-AMERICAN PIPE y CONSTRUCTION INTERNATIONAL, MANUFACTURAS DE CEMENTO SA y PREFABRICADOS DE CONCRETO TUBOX SAS Concluyen acuerdos de participación de mercado, acuerdos sobre lo que atenderá cada cliente utilizando el nivel de descuento ofrecido.

-La dinámica de ejecución del contrato incluye tres etapas. El primer paso es que los diseñadores de carteles integren sus datos de pago en una lista de clientes potenciales. En segundo lugar, la información se intercambia a través de diferentes correos electrónicos (comerciales y privados).

-La tercera etapa consiste en reuniones a las que asistieron altos directivos de la empresa, negocios compartidos y celebrados en diversos clubes sociales. Para confirmar el cumplimiento de los acuerdos ilegales, los investigadores construyeron un sistema de monitoreo y verificación desarrollado con cheques de pago de cada empresa y realizaron auditorías, la investigación se realiza mediante carteles públicos en las oficinas de cada empresa.

-Los conglomerados comerciales AMERICAN PIPE y TITAN, que existen desde hace más de una década, han influido en el objetivo del estado de garantizar el acceso a los servicios

públicos de alcantarillado obligatorios y, por lo tanto, al comprador debido al precio y la atribución artificialmente alta de los clientes y la reducción del bienestar del consumidor.

Esquema 3: Sanciones impuestas

| PERSONAS JURÍDICAS | | |
|--|---|--------------------------|
| | SANCIONADO | MULTA |
| 1 | AMERICAN PIPE AND CONSTRUCTION INTERNATIONAL (Beneficio de reducción del 100% del valor de la multa, por su condición de primer delator) | \$ 2.943.952.380 |
| 2 | MANUFACTURAS DE CEMENTO TITÁN S.A. | \$ 9.473.647.040 |
| PERSONAS NATURALES VINCULADAS CON AMERICAN PIPE (Beneficio de reducción del 100% del valor de la multa, por su condición de funcionarios o exfuncionarios del primer delator) | | |
| 1 | JOSÉ ANTONIO CAMARGO BERMÚDEZ | \$ 124.217.400 |
| 2 | JUAN PABLO BETANCOURT | \$ 111.795.660 |
| 3 | HIPÓLITO SUÁREZ SUÁREZ | \$ 41.405.800 |
| PERSONAS NATURALES VINCULADAS CON MANUFACTURAS DE CEMENTO TITÁN S.A. | | |
| 4 | FERNANDO BOSSIO MOLANO | \$64.593.048 |
| 5 | LUZ MILA FORERO MORENO | \$ 20.702.900 |
| | TOTAL VALOR SANCIONES IMPUESTAS | \$ 12.780.288.228 |

Fuente: SIC

7. Responsabilidades

Las responsabilidades identificadas por la superintendencia de industria y comercio fueron las siguientes:

APC

Fueron quienes se acogieron al programa de colaboración y permitieron facilitar la investigación gracias a las pruebas que proporcionaron confirmando así su participación en el cartel de precios.

TITÁN

Se le atribuye un rol protagónico ya que según la información recopilada por la SIC esta empresa tuvo la iniciativa para la formación del cartel además de ser la empresa que se encargaba de la logística de las reuniones y la planeación de estas.

TUBOX

Esta organización según lo encontrado por la SIC formo parte del cartel participando en esta conducta poco ética, al no haber material que pruebe que TUBOX participo más allá del 2012 en el cartel se archiva la investigación a esta empresa por lo que el plazo para emitir una sanción caduco.

8. Conclusiones

Estas tres empresas involucradas en el cartel incurrieron en practicas que afectan el mercado de forma negativa causando una perdida de eficiencia social, esto durante una década, lo cual permitió que estas firmas durante este periodo tuvieran mayores beneficios y que el costo fuera asumido por la sociedad. Es clara la necesidad de buscar nuevas formas de prevenir la creación de estos carteles para evitar este tipo de sobre costos, ya que, en este caso la investigación se da gracias a la intención de colaborar de una de las empresas, permitiendo que las sanciones de esta fueran menores y en el caso de TUBOX que pudo evitar sanciones gracias a su oportuna salida del cartel en 2012.

El material brindado por APC permitió esclarecer la formación y modo de operación del cartel, pero esto no deja a un lado que las malas practicas a pesar de las sanciones impuestas afectaron de manera directa la sociedad y en este caso al ser un servicio público afecto también los intereses del estado. Cuando una practica como esta afecta directamente un servicio público se pone en riesgo la calidad de vida de la población lo cual hace esta practica aun mas reprochable.

Es necesario implementar medidas de control más severas pero también es necesario que ejecutivos y grandes organizaciones tengan buenas practicas de mercado que deriven en un beneficio social y no como en este caso en perdidas para la población.

9. Bibliografía

Congreso de Colombia. (1996). Ley 256, artículo 1. Recuperado de: http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0256_1996.html

Congreso de Colombia. (2009). Ley 1340, artículo 1. Recuperado de: <http://wp.presidencia.gov.co/sitios/normativa/leyes/Documents/Juridica/Ley%201340%20de%2021%20de%20julio%20de%202009.pdf>

Congreso de Colombia. (2009). Ley 1340, artículo 7. Recuperado de: <http://wp.presidencia.gov.co/sitios/normativa/leyes/Documents/Juridica/Ley%201340%20de%2021%20de%20julio%20de%202009.pdf>

Constitución política colombiana. (1992). Artículo 333. Recuperado de: <http://www.constitucioncolombia.com/titulo-12/capitulo-1/articulo-333>

Corte Constitucional (1997). Sentencia C-535/97. Recuperado de: <https://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/1997/c-535-97.htm>

Hellmann, W. (Mayo de 2012). Johnson Winter & Slattery. Obtenido de Mega-cartel in the automotive parts industry: <https://jws.com.au/en/insights/articles/2012-articles/mega-cartel-in-the-automotive-parts-industry>

Los correos secretos del cartel de los tubos de cemento 2017, Abril 16 de Revista Semana. Recuperado de <https://www.semana.com/pliego-de-cargos-por-cartelizacion-a-firmas-de-tubos-de-cemento/525461/>

Millonaria multa contra cartel de los tubos de concreto 2019, Agosto 29 de Portafolio. Recuperado de: <https://www.portafolio.co/negocios/empresas/millonaria-multa-contra-cartel-de-los-tubos-de-concreto-533059>

RESOLUCIÓN No. 39386 de 2019. (s.f.) Recuperado de: <http://www.sic.gov.co>

SECRETARIA SENADO, Leyes desde 1992. (s.f.) Recuperado de:
http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/decreto_2153_1992.html