



**CASO SOBRE LA CONSTITUCIÓN DE CARTELES DE MERCADO EN LA
INDUSTRIA DE LOS CUADERNOS.**

AUTOR:

JUAN CARLOS ZULETA SIERRA

DIRECTOR DEL PROYECTO:

FRANCISCO HÉCTOR OCHOA DÍAZ

UNIVERSIDAD ICESI

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ECONOMÍA

SANTIAGO DE CALI

2021

Tabla de contenido

RESUMEN	3
ABSTRACT	4
MARCO TEÓRICO	5
MARCO LEGAL	7
CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE COLOMBIA DE 1991	7
ARTÍCULO 333:.....	8
SENTENCIA C-535/97:	9
CÓDIGO DE COMERCIO:	10
LEY 256 DE 1996:	11
LEY 1340 DE 2009:	13
DECRETO 2896 DE 2010:	16
MARCO INTERNACIONAL	16
INTRODUCCIÓN AL CASO	21
DESARROLLO DEL CASO	21
FUNCIONAMIENTO DEL CARTEL	23
SANCIONES	25
<i>TABLA 1</i>	25
<i>TABLA 2</i>	26
<i>TABLA 3</i>	26
<i>TABLA 4</i>	27
EFFECTOS REPUTACIONALES NEGATIVOS PARA LAS EMPRESAS	29
CONCLUSIONES	30
BIBLIOGRAFÍA	31

Resumen

El presente análisis tiene como objetivo construir un caso para reconocer los problemas que puede tener la conformación del cartel de los cuadernos en la economía colombiana, principalmente examinar el proceso de investigación, desmantelamiento y sanciones efectuados por la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC), a las empresas involucradas en acuerdos relacionados con fijación de precios, estrategias concertadas de comercialización y mercadeo y restricción de abastecimiento y distribución en el mercado de los cuadernos. Este caso es una contribución a la preparación de materiales de estudio que puedan ser empleados para fines pedagógicos en cursos de Organización Industrial en Microeconomía y en el de Ética de los Negocios. Para lograr los objetivos propuestos se consultó la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) de acceso público, algunos medios noticiosos y otras fuentes que se detallan en la bibliografía.

Palabras clave: Superintendencia de Industria y Comercio, SIC, Cartel, Cartel de los cuadernos.

Abstract

The objective of this analysis is to create a case to recognize the problems that the formation of the notebooks cartel may have in the Colombian economy, mainly to examine the process of investigation, dismantling and sanctions carried out by the Superintendencia de Industria y Comercio (SIC), to companies involved in agreements related to pricing, concerted commercialization and marketing strategies, and restriction of supply and distribution of notebooks. This case is a contribution to the preparation of study materials that can be used for pedagogical purposes in Industrial Organization in Microeconomics and in Business Ethics. To achieve the proposed objectives, we consulted the public access information of the Superintendencia de Industria y Comercio (SIC), some news media and other sources that are detailed in the bibliography were consulted.

Keywords: Superintendencia de Industria y Comercio, SIC, cartel, notebooks cartel.

Marco Teórico

El mercado, desde una perspectiva neoclásica, se puede entender como el lugar donde las fuerzas de la oferta y la demanda entran en contacto para realizar la transacción de bienes o servicios a un determinado precio. Partiendo de este enfoque, existen varios modelos que explican la interacción entre la oferta, la demanda y el precio, un ejemplo de estos modelos es el Modelo de equilibrio parcial, propuesto por el economista inglés Alfred Marshall en el año 1890, demuestra que la oferta y la demanda actúan simultáneamente para determinar el precio de determinado bien.

Posteriormente, el análisis microeconómico incorporó la incertidumbre y la información imperfecta a los modelos, lo cual estableció que en las dinámicas de mercado no solo intervienen los conceptos clásicos y marginales bajo un principio de acción económica racional, también analizan cómo las decisiones de los actores económicos también están mediadas por factores no racionales.

Vemos, entonces, cómo el mercado se entiende a manera de una relación de oferta, demanda y precio, la cual ha sido explicada a partir de distintos modelos. No obstante, todos apuestan por un modelo ideal de equilibrio en donde las cantidades y precios se determinan por el libre juego o competencia. Lo cual hace que la cantidad ofrecida por las empresas coincida con la cantidad demandada por los consumidores, configurándose un mercado competitivo.

Los mercados competitivos se caracterizan por la gran cantidad de compradores (demandantes) y vendedores (oferentes) que existe en el mercado. Por su parte, cada mercado

tiene en su interior un conjunto de bienes homogéneos. Además, tanto compradores como vendedores poseen información precisa y como consecuencia los participantes del mercado no pueden sacar provecho de información exclusiva. Por último, tanto consumidores y empresas pueden demandar u ofrecer respectivamente según sus intereses, ya que no existe restricción alguna para entrar o salir.

A partir de esto, cuando se rompen los supuestos de competencia perfecta aparecen estructuras de mercado que alteran el equilibrio. Por ejemplo, los monopolios, oligopolios y carteles. La existencia de este tipo de estructuras hace que el consumidor pierda su libertad de elegir, ya que al verse limitada la competencia, se pierde completamente la capacidad de sustituir un bien por otro y el consumidor se ve obligado a aceptar el precio y la calidad del único producto en oferta. Por esta razón, se puede afirmar que estas empresas tienen por objetivo la exclusión de la competencia para alcanzar un poder de mercado.

De igual manera, el tamaño de las empresas es un factor fundamental, ya que incide en su capacidad para incidir directamente en los precios. Una empresa grande tiene la capacidad de producir a escala, haciendo que su costo medio baje y así ganar poder de mercado. Cuando, dos o más empresas del mismo tamaño, que se encuentran en el mismo eslabón económico, se unen, aparece un caso especial de oligopolio, un cartel, que se define como una estructura de mercado monopolística. El cartel se considera un caso especial de oligopolio, ya que en este último actúan pocos vendedores y en el primero se da la misma situación, pero estos han realizado alianzas entre sí con el fin de fijar precios, cantidades de producción, acabar con la competencia y compartir beneficios.

En la actualidad es una realidad tanto para los neoclásicos al igual que para los modernos que la competencia perfecta acabó y que la economía se encuentra liderada por monopolios y oligopolios. En el caso de Colombia, el país ha instaurado una política de delación en la que se ofrecen beneficios a las empresas y personas que se delaten a sí mismas y al cartel que conforman. Según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) en su encuesta nacional de presupuesto de los hogares para el año 2016-2017, las familias colombianas destinan alrededor del 3% de su ingreso en gastos relacionados con la educación, incluidos los cuadernos, sin embargo, el cartel de los cuadernos ha afectado, debido a sus acuerdos desleales¹, tanto a las familias colombianas como a las empresas comercializadoras de cuadernos y al Ministerio de Educación Nacional, que compra materiales de estudio para los estudiantes de menos recursos.

Marco Legal

Este componente jurídico pretende explicar las leyes, normas y decretos que la cartelización de precios infringe y por qué es tan perjudicial para la economía colombiana.

Constitución Política de Colombia de 1991

Considerando que Colombia cuenta con una economía mixta de mercado, la Constitución creada en 1991 juega un papel supremamente importante, pues es la encargada de hacer que la economía del país funcione correctamente. Pretende que todas las empresas compitan simultáneamente con el fin de disminuir los precios de sus productos, generando así una mayor competitividad en el mercado. Los consumidores buscan, en general, precios más bajos para

¹ <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/pobreza-y-condiciones-de-vida/encuesta-nacional-de-presupuestos-de-los-hogares-enph>

disponer de mayor liquidez. Si la Constitución no interviniera, las compañías empezarían a subir demasiado los precios de sus productos perjudicando al consumidor, quien tiene el derecho a proteger su capacidad de consumo. Por lo tanto, la Constitución busca protegerlo salvaguardando sus derechos, como el de libre competencia, que se explicará a continuación.

Artículo 333:

Según el artículo 333 de la Constitución Política de Colombia:

“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).

A partir de lo anterior, es fácil entender por qué actividades como los carteles de precios que infrinjan este artículo son sancionados. Violan el derecho a la libre competencia, pues este acto permite que algunas empresas controlen los precios, logrando subirlos a su antojo o bajarlos de forma que la competencia se quiebre, quedándose así con una mayor participación de bienes y servicios en el mercado. Es por esto por lo que de acuerdo con el artículo 333, es de vital

importancia que el gobierno intervenga en la economía del país para velar por el bienestar del ciudadano colombiano, quien es realmente el perjudicado al no poder elegir sus productos con libertad. Al presentarse una fijación de precios, se quedan sin variedad de productos, viéndose obligados a comprar al precio que quieran los productores que pertenezcan al cartel.

Sentencia C-535/97:

Según la sentencia C-535/97 de la Corte Constitucional:

“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)

Este fragmento de la Sentencia C-535/97 permite entender cómo los actos de cartelización de precios son en sí actos de competencia desleal. Este acto afecta la libertad de decisión del consumidor y el funcionamiento concurrencial del mercado pues, conforme se explicó anteriormente, obliga a la competencia de las empresas integrantes del cartel a la quiebra al no poder competir con los precios que estos acuerdan o si todas las empresas del sector se unen en el cartel los consumidores pierden su libertad de elección y el funcionamiento concurrencial del mercado al subir los precios al gusto del cartel conformado.

Código de Comercio:

Según el artículo primero del Código de Comercio *“Los comerciantes y los asuntos mercantiles se regirán por las disposiciones de la ley comercial, y los casos no regulados expresamente en ella serán decididos por analogía de sus normas”* (Código de comercio,1992: Art. 1o). Esto indica que el Código de Comercio es quien vela por toda actividad comercial y puesto que, la cartelización es un acto desleal comercial infringe, algunos artículos de éste, los cuales se enuncian a continuación.

Artículo 16. Delitos que implican prohibición del ejercicio del comercio como pena accesoria.

“Siempre que se dicte sentencia condenatoria por delitos contra la propiedad, la fe pública, la economía nacional, la industria y el comercio, o por contrabando, competencia desleal, usurpación de derechos sobre propiedad industrial y giro de cheques sin provisión de fondos o contra cuenta cancelada, se impondrá como pena accesoria la prohibición para ejercer el comercio de dos a diez años” (Código de comercio,1992: Art. 16o).

Artículo 19. Obligaciones de los comerciantes.

Artículo donde se muestran las obligaciones de los comerciantes, éstas son:

1. Matricularse en el registro mercantil
2. Inscribir en el registro mercantil todos los actos, libros y documentos respecto de los cuales la ley exija esa formalidad
3. Llevar contabilidad regular de sus negocios conforme a las prescripciones legales

4. Conservar, con arreglo a la ley, la correspondencia y demás documentos relacionados con sus negocios o actividades
5. Abstenerse de ejecutar actos de competencia desleal.

Haciendo énfasis a los incisos del artículo 19, es importante recalcar que el de mayor impacto en el tema de la cartelización y fijación de precios es el número cinco (5), pues se relaciona concretamente con los actos de competencia desleal.

Las leyes que se expondrán a continuación complementan lo establecido en el Código de Comercio, ya que éste no trate más a fondo la competencia desleal y la libre competencia.

Ley 256 de 1996:

Según el artículo 1 esta ley 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).

Artículo 8°. Actos de desviación de clientela:

“Se considera desleal toda conducta que tenga como objeto o como efecto desviar la clientela de la actividad, prestaciones mercantiles o establecimientos ajenos, siempre que sea contraria a las sanas costumbres mercantiles o a los usos honestos en materia industrial o comercial (Ley 256, 1996: Artículo 8o). “

Este artículo expone todo lo que a actos de desviación de clientela concierne, por tanto, un acto de cartelización de precios que tiene como objeto, en algunos casos, la fijación de precios, logrando desviar la clientela, se considera un acto violatorio a la ley y debe ser sancionado.

Artículo 18. Violación de normas:

“Se considera desleal la efectiva realización en el mercado de una ventaja competitiva adquirida frente a los competidores mediante la infracción de una norma jurídica (Ley 256, 1996: Artículo 18). “

Artículo 19. Pactos desleales de exclusividad:

“Se considera desleal pactar en los contratos de suministro cláusulas de exclusividad, cuando dichas cláusulas tengan por objeto o como efecto, restringir el acceso de los competidores al mercado, o monopolizar la distribución de productos o servicios, excepto las industrias licoreras, mientras éstas sean de propiedad de los entes territoriales.” (Ley 256, 1996: Artículo 19).

Para la formación de un cartel, un grupo determinado de empresas de un mismo sector deben pactar un acuerdo con el fin de generar un bien que tenga como fin un beneficio para quienes conforman dicho grupo.

Artículo 20. Acciones:

Muestra las acciones que el estado podrá interponer ante empresas que cometan un acto de competencia desleal.

1. *“Acción declarativa y de condena. El afectado por actos de competencia desleal tendrá acción para que se declare judicialmente la ilegalidad de los actos realizados y en consecuencia se le ordene al infractor remover los efectos producidos por dichos actos e indemnizar los perjuicios causados al demandante. El demandante podrá solicitar en cualquier momento del proceso, que se practiquen las medidas cautelares consagradas en el artículo 33 de la presente Ley.” (Ley 256, 1996: Artículo 20).*

2. *” Acción preventiva o de prohibición. La persona que piense que pueda resultar afectada por actos de competencia desleal, tendrá acción para solicitar al juez que evite la realización de una conducta desleal que aún no se ha perfeccionado, o que la prohíba, aunque aún no se haya producido daño alguno.” (Ley 256, 1996: Artículo 20).*

Artículo 23. Prescripción:

“Las acciones de competencia desleal prescriben en dos (2) años a partir del momento en que el legitimado tuvo conocimiento de la persona que realizó el acto de competencia desleal y en todo caso, por el transcurso de tres (3) años contados a partir del momento de la realización del acto” (Ley 256, 1996: Artículo 23).

Ley 1340 de 2009:

Ley creada el 21 de Julio de 2009, con el fin de dictar las normas en materia de protección de la competencia.

Artículo 1°. Objeto:

“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).

Artículo 7. Abogacía de la Competencia:

“Además de las disposiciones consagradas en el artículo 2 del Decreto 2153 de 1992, la Superintendencia de Industria y Comercio podrá rendir concepto previo sobre los proyectos de regulación estatal que puedan tener incidencia sobre la libre competencia en los mercados. Para estos efectos las autoridades de regulación informarán a la Superintendencia de industria y comercio de los actos administrativos que se pretenda expedir. El concepto emitido por la Superintendencia de Industria y Comercio en este sentido no será vinculante. Sin embargo, si la autoridad respectiva se apartara de dicho concepto, la misma deberá manifestar de manera expresa dentro de las consideraciones de la decisión los motivos por los cuales se aparta” (Ley 1340, 2009: Artículo 7).

Los siguientes artículos explican el régimen sancionatorio que puede ejecutar La Superintendencia de Industria y Comercio sobre las empresas que cometan actos que transgredan la libre competencia.

Artículo 25. Monto de las Multas a Personas Jurídicas:

El numeral 15 del artículo 4° del Decreto 2153 de 1992 quedará así: Por violación de cualquiera de las disposiciones sobre protección de la competencia, incluidas la omisión en acatar en debida forma las solicitudes de información, órdenes e instrucciones que imparta, la obstrucción de las investigaciones, el incumplimiento de las obligaciones de informar una operación de integración empresarial o las derivadas de su aprobación bajo condiciones o de la terminación de una investigación por aceptación de garantías, imponer, por cada violación y a cada infractor, multas a favor de la Superintendencia de Industria y Comercio hasta por la suma de 100.000 salarios mínimos mensuales vigentes o, si resulta ser mayor, hasta por el 150 % de la utilidad derivada de la conducta por parte del infractor.

Artículo 26°. Monto de las Multas a Personas Naturales.

El numeral 16 del artículo 4° del Decreto 2153 de 1992 quedará así: *"Imponer a cualquier persona que colabore, facilite, autorice, ejecute o tolere conductas violatorias de las normas sobre protección de la competencia a que se refiere la Ley 155 de 1959, el Decreto 2153 de 1992 y normas que la complementen o modifiquen, multas hasta por el equivalente de dos mil (2.000) salarios mínimos mensuales legales vigentes al momento de la imposición de la sanción, a favor de la Superintendencia de Industria y Comercio"* (Ley 1340, 2009: Artículo 26).

Artículo 27°. Caducidad de la Facultad Sancionatoria.

"La facultad que tiene la autoridad de protección de la competencia para imponer una sanción por la violación del régimen de protección de la competencia caducará transcurridos cinco (5) años de haberse ejecutado la conducta violatoria o del

último hecho constitutivo de la misma en los casos de conductas de tracto sucesivo, sin que el acto administrativo sancionatorio haya sido notificado” (Ley 1340, 2009: Artículo 27).

Decreto 2896 de 2010:

Según el artículo 1° este decreto pretende:

“El presente decreto establece las condiciones generales y la forma en la que la Superintendencia de Industria y Comercio, en desarrollo del artículo 14 de la Ley 1340 de 2009 podrá, en casos concretos, conceder beneficios a las personas naturales y jurídicas que colaboren en la detección y represión de acuerdos restrictivos de la libre competencia” (Decreto 2896, 2010: Artículo 1o).

Artículo 2°. Definición.

“Para los efectos del presente decreto instigador o promotor es la persona que coacciona o activamente induce otra u otras personas con el objeto de que participen en un acuerdo restrictivo de la libre competencia” (Decreto 2896, 2010: Artículo 2o).

Los artículos que proceden en este decreto exponen todos los requisitos y beneficios otorgador por este decreto a quienes delaten la existencia de un cartel.

Marco Internacional

Un cartel de precios es una práctica en la cual una o varias empresas se asocian para imponer un precio en el mercado, lo cual se traduce en beneficios extraordinarios para los implicados, a costa de costos extraordinarios para los consumidores. En este texto, se abordará

el tema de colusión a nivel internacional. Primeramente, se revisarán algunos casos importantes que se han dado alrededor del mundo. Luego, se expondrán cuáles han sido las medidas tomadas por los distintos gobiernos en cada caso. Finalmente, se concluirá cuál es el tratamiento general de un cartel de precios a nivel internacional.

Un caso reciente es el del cartel de los camiones que se dio en Europa. El 19 de Julio de 2016, la Comisión Europea multó a cinco fabricantes de camiones con cerca de 3.000 millones de euros, la mayor sanción de su historia en un caso de un cartel, por coordinarse para fijar precios e implementar la tecnología de emisiones (Drozdiak, 2016).

Las empresas involucradas fueron: DAF, Scania, MAN, Iveco y Volvo/Renault, las cuales fueron acusadas de pactar los precios de fábrica de camiones medianos y pesados durante 14 años, entre 1997 y 2011. Además, fueron acusadas de coordinarse a la hora de implementar tecnologías de emisiones, para luego trasladar los costos relacionados al cumplimiento de estándares medioambientales a los clientes.

Todas las empresas mencionadas aceptaron su participación, con excepción de Scania. Al aceptar su participación, estas empresas recibieron reducciones a sus respectivas sanciones. Mientras, Scania se defendió de las acusaciones y se siguió el procedimiento tradicional. La Comisión Europea descubrió que Scania violó las normas antimonopolio de la UE. Coincidió durante 14 años con otros cinco fabricantes de camiones en cuanto a los precios de los camiones y al pasar los costos de las nuevas tecnologías, para cumplir con las normas de emisiones más estrictas (Caballero, 2019).

En este caso sucedieron dos situaciones atípicas. La primera, ya mencionada, fue la decisión de Scania de no aceptar su participación y reducir su sanción. La segunda, más inusual,

fue la colaboración de MAN. La empresa alemana luego de una investigación llevada a cabo por parte de la Comisión Europea en 2010 decidió colaborar y revelar los pactos realizados en esta industria. A causa de esto, la Comisión le perdonó la sanción que se estimaba en más de 1.200 millones de euros.

En cuanto a las medidas tomadas por la Comisión Europea, “Daimler tuvo que pagar 1.008 millones de euros, DAF 752,7 millones de euros, Volvo-Renault 670,5 millones de euros e Iveco, 494,6 millones de euros. La investigación sigue su curso en el caso de un sexto productor, Scania, otra empresa del grupo alemán Volkswagen — involucrado en otro escándalo relacionado con las emisiones—, que prefirió no pactar la multa con la Comisión, lo que puede elevar el importe definitivo por encima de los 3.000 millones de euros” (Pérez, 2016).

En total, las empresas involucradas se enfrentaron a la mayor multa impuesta para un cartel, 2.930 millones de euros. Que la multa impuesta sea un récord, es coherente con la situación presentada, pues entre los fabricantes involucrados se repartían la mayor parte del mercado europeo. Además, este caso de colusión se realizó de manera continua por casi década y media, afectando a los transportadores de Europa.

El cartel de las vitaminas es uno de los carteles más populares en Europa que ocurrió entre septiembre de 1989 y febrero de 1999, cuando comenzó la investigación por parte de la Comisión Europea, la cual impuso multas a 8 empresas por fijar precios en sus productos de vitaminas y la repartición secreta de los mercados de forma desleal. Este es uno de los casos de cartelización más grandes investigados por la Comisión debido a la variedad de productos, pues las vitaminas se incluyen en bebidas, galletas, cereales, productos cosméticos y farmacéuticos.

Estas empresas acordaron fijar precios más altos irrespetando el juego de la competencia, enriqueciéndose y afectando directamente a los consumidores, pues estamos hablando de productos necesarios para el consumo diario. Durante la investigación se encontraron 13 empresas europeas y no europeas que hicieron parte del complot para eliminar la competencia en las vitaminas A, E, B1, B2, B5, B6, C, D3, biotina (H), ácido fólico (M), betacaroteno y carotinoides.

(Comisión Europea, 2001) “Las multas se impusieron a las ocho empresas siguientes de esta manera:

- F. Hoffmann-La Roche AG (Suiza): € 462 millones
- BASF AG (Alemania): €296.16 millones
- Aventis SA (Francia): € 5.04 millones
- Solvay Pharmaceuticals BV (Países Bajos): € 9.10 millones
- Merck Ka (Alemania): € 9.24 millones
- Daiichi Pharmaceutical Co Ltd (Japón): € 23.4 millones
- Eisai Co Ltd (Japón): € 13.23 millones
- Takeda Chemical Industries Ltd (Japón): € 37.05 millones

Las cinco empresas restantes - Lonza AG (Alemania), Kongo Chemical Co Ltd (Japón), Sumitomo Chemical Co Ltd (Japón), Sumika Fine Chemicals Ltd (Japón) y Tanabe Saiyaku Co Ltd (Japón) - no fueron multadas porque los cárteles en que participaron de la vitamina H o ácido fólico terminaron al menos cinco años antes de que la Comisión iniciara su investigación.

Las empresas implicadas en este cartel fijaron precios objetivos y mínimos en sus productos, asignaron cuotas de venta, acordaron y anunciaron la subida de los precios, encontraron la manera de regular esta situación a través de reuniones entre las compañías, en las cuales se hablaba sobre el intercambio de valores de ventas, volúmenes de ventas e información de los precios, teniendo en cuenta el presupuesto anual, para así cumplir las cuotas de ventas.

La mayor beneficiada de este caso fue Hoffmann-La Roche pues tenía el 50% del mercado global de las vitaminas y toda su línea de productos hacían parte de los acuerdos del cartel y así fue incluyendo a otras empresas productoras de vitaminas como BASF y las empresas japonesas como Eisai y Takeda.

El destino de las multas impuestas por Comisión Europea fue recibido por el presupuesto general de la Unión Europea; las empresas tenían 3 meses para pagar las multas y el valor de la multa fue 10% del volumen de negocios anual de las empresas, además las infracciones cometidas en este cartel atentaron contundentemente con el derecho de la competencia de la Unión Europea. El poder de mercado ejercido por estas potencias en cada uno de los mercados individuales de vitaminas les permitió llevar el control total para mantener los acuerdos anticompetitivos.

Las empresas multadas cooperaron con la comisión europea en la investigación de este caso, algo que las benefició en el valor de las multas, pues les fueron reducidas, para no tener que pagar el monto total impuesto por la Comisión Europea.

En conclusión, se puede observar que a nivel internacional las compañías que llevan a cabo pactos en cuanto a los precios tienen un gran incentivo, el beneficio extraordinario que

recibirán al ejercer su poder de mercado. Sin embargo, las empresas también son conscientes de las millonarias multas a las que pueden enfrentarse, pues en cada caso, los gobiernos buscan poner sanciones ejemplificantes para asegurar el libre mercado. Los gobiernos, a nivel mundial hacen bien al querer proteger el libre mercado. Sin embargo, dado que los casos de carteles son recurrentes, puede ser oportuno examinar las medidas punitivas que se aplican en los distintos casos y así encontrar un método más severo con los productores que buscan lucrarse, a costa de afectar de los consumidores y el libre mercado.

Introducción al Caso

El cuaderno como lo conocemos hoy, no fue inventado hasta 1902 cuando el Australiano J A Birchalln tuvo la gran idea de unir varias hojas de papel dentro de dos pedazos de cartulina, desde entonces el cuaderno se ha constituido a manera de una gran herramienta pedagógica para que los alumnos puedan afianzar más el conocimiento, pues este desarrolla las habilidades cognitivas y facilita al docente seguir el proceso del estudiante, por estas razones el cuaderno es un útil escolar indispensable en la educación y es necesario que los padres puedan adquirir los cuadernos que necesitan sus hijos durante sus años escolares.

Ahora bien, esta adquisición por parte de los padres puede volverse un poco difícil, pues según Scribe, una empresa dedicada a la venta de útiles escolares, las familias gastan en promedio 60 mil pesos en compra de cuadernos por hijo, esto sumado a los otros costos que trae la temporada escolar, como uniformes, maletines, etc. Teniendo en cuenta la importancia de los cuadernos y la necesidad de ellos en el ámbito escolar, pueden existir casos al igual al que veremos a continuación en donde las empresas comercializadoras vean la oportunidad de crear acuerdos ilegales entre ellas, para aumentar el precio de los cuadernos.

Desarrollo Del Caso

Con el memorando radicado con el Número 14-151036 del 14 de Julio de 2014, La Delegatura para la Protección de la Competencia de la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC), abrió una investigación sobre unas presuntas conductas sobre fijación de precios y afectación a la libre competencia por parte de las empresas CARVAJAL EDUCACIÓN S.A.S, COLOMBIANA KIMBERLY COLPAPEL S.A y SCRIBE COLOMBIA S.A.S. Cabe resaltar que para 2011 la compañía SCRIBE adquirió a la compañía KIMBERLY y que además las empresas CARVAJAL EDUCACIÓN S.A.S Y SCRIBE COLOMBIA S.A.S tienen una participación del mercado de cuadernos del 61,77%, con un 42,95% y un 18,82%, respectivamente.

Las presuntas conductas por las cuales la SIC abrió su investigación se detallan a continuación, las cuales eran prácticas usuales en el mercado de los cuadernos:

- Fijación de los precios de los cuadernos del segmento PREMIUM a través del establecimiento de porcentajes de incremento de las listas de precios base, de acuerdo con el cliente y el canal de comercialización.
- Fijación de precios mínimos en el segmento de cuadernos económicos e intermedios.
- Fijación de una política de no descuentos al consumidor final.
- Reclasificación de clientes.
- Fijación de porcentajes máximos de descuento respecto a los cuadernos obsoletos.
- No entregar productos en consignación.
- No admitir devoluciones de cuadernos en unidades sueltas.
- No refacturación.

- No entregar obsequios al consumidor final.
- Reducción del número de promotores destinados a cada punto de venta.
- No comprar espacios adicionales en las cadenas y mantener la inversión para ciertos clientes.
- Estrategias financieras y de crédito.
- Otras estrategias concertadas de mercadeo.

Después de seguir indagando y con las pruebas recolectadas por parte de la delegatura, la SIC mediante la resolución Número 90560 del 29 de diciembre del 2016 confirmo la resolución Número 54403 del 18 de agosto del 2016 la cual había recomendado las siguientes instrucciones:

- Declarar a administrativamente responsables y sancionar a COLOMBIANA KIMBERLY COLPAPEL S.A, CARVAJAL EDUCACIÓN S.A.S Y SCRIBE COLOMBIA S.A.S, además de las personas naturales involucradas en los acuerdos desleales de fijación de precios.

Funcionamiento del cartel

Con las indagaciones hechas por la SIC y la ayuda de las personas naturales de las empresas SCRIBE Y KYMBERLY quienes se acogieron a los beneficios por colaboración y realizaron la función de empresas delatorias, se encontró que, para 2002 el Gerente Global de mercadeo de CARVAJAL envió un correo al Gerente de Ventas de la empresa KYMBERLY con la intención de reunirse para discutir decisiones sobre el mercado de los cuadernos aludiendo a su gran participación que entre estas dos empresas tenían sobre el mercado, después de este correo

hay evidencia de que siguieron en contacto y decidían por correos que decisiones tomar al respecto.

Continuando, para febrero de 2002 existe un correo en donde miembros de estas dos empresas participaron de una reunión presuntamente “social” en un restaurante en la ciudad de Cali Colombia y determinaron el aumento del precio de los cuadernos en los países de Colombia, Venezuela y Ecuador. También, existe evidencia que para el año 2011, la Gerente Comercial de SCRIBE pactó una reunión con miembros de la empresa CARVAJAL para tomar decisiones respecto a lo que iban a hacer durante la temporada escolar. En resumidas cuentas, el cartel de los cuadernos que operó entre el año 2001 y el año 2014, se conformó mediante correos electrónicos y reuniones pactadas entre representantes de las empresas CARVAJAL, KYMBERLY Y SCRIBE, en dichos correos hay información sobre reuniones que se solicitaron, con el fin de tomar decisiones respecto a los precios y demás temas relacionados al mercadeo de los cuadernos.

Se destacan algunos directivos de las empresas CARVAJAL, KYMBERLY Y SCRIBE como el presidente y vicepresidente de CARVAJAL, los gerentes de las áreas de mercadeo, marca, comercial y de crédito. Po el lado de KYMBERLY destacan su gerente general y el gerente comercial y por el lado de SCRIBE su director general y su director corporativo, así como los gerentes de las áreas de mercadeo, financiera y comercial, como principales responsables de la creación del cartel de los cuadernos, hasta el inicio de su descartelización en el año 2014.

Sanciones

A continuación, se muestra un resumen de las sanciones efectuadas por de la SIC tanto a personas naturales al igual que jurídicas que hicieron parte del cartel de los cuadernos. Cabe resaltar que las tablas han sido construidas por elaboración propia con los datos tomados de la SIC.

Tabla 1

Sanciones impuestas a empresas participantes del cartel

Sanciones Impuestas a personas jurídicas	
COLOMBIANA KIMBERLY	\$ 14,823,282,500.00
COLPAPEL S. A	
SCRIBE COLOMBIA S.A.S	\$ 29,646,565,000.00
CARVAJAL EDUCACIÓN S.A.S	\$ 11,720,735,000.00
TOTAL, SANCIONES	\$ 56,190,582,500.00

Nota. * Datos tomados de: Superintendencia de Industria y Comercio. Fuente:
Elaboración propia.

Tabla 2*Sanciones a personas naturales KYMBERLY COLPAPEL S. A*

KYMBERLY COLPAPEL S. A	
Gerente general	\$ 241,309,250.00
Gerente Comercial de consumo	\$ 182,705,575.00
Total, Sanciones KYMBERLY	\$ 424,014,825.00

Nota. * Datos tomados de: Superintendencia de Industria y Comercio.

Tabla 3*Sanciones impuestas a personas naturales SCRIBE COLOMBIA S. A*

SCRIBE COLOMBIA S. A	
Director General del grupo SCRIBE	\$ 286,123,825.00
México	
Director de marketing para México y	\$ 286,123,825.00
Centroamérica	
Director General corporativo SCRIBE	\$ 220,625,600.00
México	

Gerente General SCRIBE (2010-2012)	\$ 58,603,675.00
Gerente General SCRIBE	\$ 51,709,125.00
Gerente Comercial Scribe	\$ 82,734,600.00
Gerente de Mercadeo de Scribe	\$ 41,367,300.00
Gerente Financiera de Scribe	\$ 4,826,185.00
Coordinadora de Crédito y Cartera Scribe	\$ 3,447,275.00
Separador puesto en marcha del negocio y operaciones	\$ 48,261,850.00
<hr/>	
Total, sanciones SCRIBE	\$ 1,083,823,260.00
<hr/>	

Nota. * Datos tomados de: Superintendencia de Industria y Comercio.

Tabla 4

Sanciones impuestas a personas naturales CARVAJAL EDUCACIÓN S.A.S

CARVAJAL EDUCACIÓN S.A.S	
<hr/>	
Presidente de Carvajal	\$ 248,203,800.00
<hr/>	

Gerente Comercial y de Mercadeo	\$ 20,683,650.00
Gerente Marca Mercadeo Global	\$ 89,629,150.00
Gerente General Región Andina Carvajal	\$ 124,101,900.00
Gerente de Mercadeo Región Andina Carvajal	\$ 56,535,310.00
Gerente Comercial Línea Económica	\$ 8,273,460.00
Gerente Comercial Papelería Carvajal	\$ 89,719,150.00
Vicepresidente Corporativo Carvajal	\$ 310,254,750.00
Gerente Global de Mercadeo	\$ 213,731,050.00
Vicepresidente Financiero Corporativo	\$ 244,072,875.00
Gerente Nacional Crédito	\$ 10,341,825.00
Director General Región Norte	\$ 124,101,900.00
<hr/>	
Total, sanciones CARVAJAL	\$ 1,539,648,820.00
<hr/>	

Nota. * Datos tomados de: Superintendencia de Industria y Comercio.

En total se generaron sanciones a personas naturales por un total de \$ 3,047,486,905.00 y \$56,190,582,500.00 a personas Jurídicas. Cabe resaltar que tanto las empresas SCRIBE como la empresa KYMBERLY CLARK se acogieron a los beneficios de colaboración al realizar el papel de empresas delatorias, lo cual hizo que adquirieran una reducción en la sanción del 100% tanto a su persona Jurídica como a las personas naturales vinculadas con estas dos empresas. Por otro lado, la empresa CARVAJAL negó la participación en el cartel de precios y presentó evidencia en su defensa la cual después de ser revisada detalladamente por la SIC, la declaró no valedera y mediante la resolución 90560 del 29 de diciembre del 2016, rectificó las sanciones antes impuestas

EFFECTOS REPUTACIONALES NEGATIVOS PARA LAS EMPRESAS

Algunos sitios web de periódicos importantes en Colombia como el periódico EL TIEMPO, se refirió al caso por la importante sanción que tuvo que pagar la empresa CARVAJAL por haber participado en el cartel, además de hablar sobre el proceso de descartelización efectuado por la SIC. Por su parte El Espectador se refirió al caso con el siguiente encabezado “La Superintendencia de Industria y Comercio logró desentrañar los acuerdos a los que llegaron Kimberly, Scribe y Carvajal, y que afectaron a más de 9 millones de estudiantes.” (Aya Bohórquez, 2016). También, noticieros como Tele Sur y Cable Noticias también hicieron una nota respecto al caso del cartel de los cuadernos, ambos hablaron de las sanciones que efectuó la SIC a las empresas pertenecientes al cartel, además de los daños generados a la sociedad por el aumento en los precios y lo calificaron como uno de los escándalos más vergonzosos en los últimos tiempos.

Es por esto que, el escarmiento público también puede ser tomado a manera de una sanción para estas empresas, pues fue de conocimiento nacional e internacional mediante medios noticiosos la participación de estas empresas en el cartel de precios y los efectos negativos que produjeron en la economía y sociedad colombiana en los años en los cuales estuvo activo, lo cual afecta el buen nombre y reputación de las empresas ya mencionadas.

Conclusiones

Finalmente, el cartel de los cuadernos conformado por tres grandes empresas del sector CARVAJAL, KIMBERLY y SCRIBE durante los años 2001 a 2014 realizó actividades que restringían la libre competencia con el fin de alcanzar mayores beneficios económicos, aprovechando la gran cuota de mercado que tenían y la inelástica demanda de este producto, necesario para que los estudiantes puedan recibir una educación de calidad, teniendo todo esto en cuenta, el bienestar de la sociedad se vio perjudicado al no poder tener ninguna otra opción que aceptar unos precios altos al comprar los cuadernos.

En conclusión, aunque las empresas fueron sancionadas económicamente por el daño causado a la sociedad, las empresas KIMBERLY y SCRIBE se acogieron a los beneficios por colaboración y funcionaron como empresas delatorias al mostrar evidencia de las reuniones y mensajes que comprobaban la participación y conformación del cartel por estas empresas y aunque la empresa CARVAJAL negó en primera instancia su participación en dicho cartel, la SIC negó la defensa de esta empresa declarando que no eran válidas las pruebas presentadas, por esta razón tanto CARVAJAL como persona jurídica y algunas personas naturales pertenecientes a la empresa no fueron exentas de pagar las multas impuestas.

De igual forma, los hechos de cartelización en general deben ser sancionados, pues atentan con el libre mercado y el bienestar de las personas que están por fuera de este, es por esto que es importante que aparte de las sanciones económicas, la conformación del cartel y todo su proceso de descartelización sea de conocimiento público, pues al no quedar en el anonimato el buen nombre de las empresas queda en juego, desincentivando aún más la creación de otros carteles y evitando una posible pérdida de bienestar de la sociedad.

Bibliografía

Aya Bohórquez, E. (10 de Abril de 2016). *El Espectador*. Obtenido de Así operaba el cartel de los cuadernos para cobrar más por sus productos:

<https://www.elespectador.com/economia/asi-operaba-el-cartel-de-los-cuadernos-para-cobrar-mas-por-sus-productos-article-626379/>

CABLENOTICIAS. (21 de Agosto de 2016). *Millonaria sanción a tres empresas por el 'cartel de los cuadernos'*. Obtenido de

https://www.youtube.com/watch?v=ckdearY_274&ab_channel=CABLENOTICIAS

Caligrafix. (10 de Octubre de 2017). *¿Por qué cultivar la escritura a mano?* Obtenido de

<https://www.caligrafix.cl/entry/por-que-cultivar-la-escritura-a-mano>

Código de comercio. (1971). *Artículo 1*. Obtenido de

http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/codigo_comercio.html

Código de comercio. (1971). *Artículo 16*. Obtenido de

http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/codigo_comercio.html

Código de comercio. (1971). *Artículo 19*. Obtenido de

http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/codigo_comercio.html

Congreso de Colombia. (1996). *Ley 246. Artículo 18*. Obtenido de

http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0256_1996.html

Congreso de Colombia. (1996). *Ley 246. Artículo 19*. Obtenido de

http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0256_1996.html

Congreso de Colombia. (1996). *Ley 246. Artículo 20*. Obtenido de

http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0256_1996.html

Congreso de Colombia. (1996). *Ley 246. Artículo 23*. Obtenido de

http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0256_1996.html

Congreso de Colombia. (1996). *Ley 246. Artículo 8*. Obtenido de

http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0256_1996.html

Congreso de Colombia. (21 de Julio de 2009). *Ley 1340 Artículo 1*. Obtenido de

<http://wp.presidencia.gov.co/sitios/normativa/leyes/Documents/Juridica/Ley%201340%20de%2021%20de%20julio%20de%202009.pdf>

Congreso de Colombia. (Julio de 21 de 2009). *Ley 1340 Artículo 25*. Obtenido de

<http://wp.presidencia.gov.co/sitios/normativa/leyes/Documents/Juridica/Ley%201340%20de%2021%20de%20julio%20de%202009.pdf>

Congreso de Colombia. (21 de Julio de 2009). *Ley 1340 Artículo 26*. Obtenido de

<http://wp.presidencia.gov.co/sitios/normativa/leyes/Documents/Juridica/Ley%201340%20de%2021%20de%20julio%20de%202009.pdf>

Congreso de Colombia. (21 de Julio de 2009). *Ley 1340 Artículo 27*. Obtenido de

<http://wp.presidencia.gov.co/sitios/normativa/leyes/Documents/Juridica/Ley%201340%20de%2021%20de%20julio%20de%202009.pdf>

Congreso de Colombia. (21 de Julio de 2009). *Ley 1340 Artículo 7*. Obtenido 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*. Obtenido de

<https://www.constitucioncolombia.com/titulo-12/capitulo-1/articulo-333>

Corte Constitucional. (1997). *Sentencia C-535/97*. Obtenido de

<https://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/1997/c-535-97.htm#:~:text=C%2D535%2D97%20Corte%20Constitucional%20de%20Colombia&text=La%20ley%20pretende%20garantizar%20la,repercutan%20en%20el%20mercado%20nacional.>

Departamento administrativo de la función pública . (5 de Agosto de 2010). *Decreto 2896*

Artículo 2. Obtenido de

https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma_pdf.php?i=40097

Departamento administrativo de la función pública. (5 de Agosto de 2010). *Decreto 2896*

Artículo 1. Obtenido de

https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma_pdf.php?i=40097

Drozdiak, N. (19 de Julio de 2016). *La UE multa a Daimler, Volvo y otros fabricantes de camiones por crear un cartel.* Obtenido de THE WALL STREET JOURNAL:

<https://www.wsj.com/articles/la-ue-multa-a-cinco-fabricantes-de-camiones-por-crear-un-cartel-1468946769>

Evernote. (9 de Marzo de 2016). *Lo que los cuadernos de apuntes nos pueden enseñar acerca de nuestro pasado.* Obtenido de [https://evernote.com/blog/es/lo-que-los-cuadernos-de-](https://evernote.com/blog/es/lo-que-los-cuadernos-de-apuntes-nos-pueden-ensenar-acerca-de-nuestro-pasado/)

[apuntes-nos-pueden-ensenar-acerca-de-nuestro-pasado/](https://evernote.com/blog/es/lo-que-los-cuadernos-de-apuntes-nos-pueden-ensenar-acerca-de-nuestro-pasado/)

Gomez, C. (21 de Febrero de 2018). *Aquileo Parra.* Obtenido de

<https://aquileoparra.com/pacho/2018/02/21/el-cuaderno/>

LA REPÚBLICA. (14 de Enero de 2019). *El inicio de la temporada escolar aumenta ventas del sector en 40% en promedio.* Obtenido de [https://www.larepublica.co/empresas/el-inicio-](https://www.larepublica.co/empresas/el-inicio-de-la-temporada-escolar-aumenta-ventas-del-sector-en-40-en-promedio-2814875)

[de-la-temporada-escolar-aumenta-ventas-del-sector-en-40-en-promedio-2814875](https://www.larepublica.co/empresas/el-inicio-de-la-temporada-escolar-aumenta-ventas-del-sector-en-40-en-promedio-2814875)

Marshall, A. (1920). *PRINCIPLES of ECONOMICS octava edición.* Londres: palgrave macmillan.

Ministerio de Desarrollo económico. (1992). *Decreto 2153.* Obtenido de

http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/decreto_2153_1992.html

MUSEO PEDAGÓGICO COLOMBIANO. (18 de Octubre de 2018). *Pieza del mes de octubre de 2019: Cuaderno Escolar.* Obtenido de

<http://museopedagogico.pedagogica.edu.co/2019/10/18/pieza-del-mes-de-octubre-de-2019-cuaderno-escolar/>

Olaya, M. (16 de Enero de 2020). *RCN RADIO*. Obtenido de Entre enero y febrero se venden más de \$450 mil millones en útiles escolares: <https://www.rcnradio.com/economia/entre-enero-y-febrero-se-venden-mas-de-450-mil-millones-en-utiles-escolares>

Pérez, C. (19 de Julio de 2016). *Bruselas impone a cinco fabricantes de camiones la mayor multa a un cartel*. . Obtenido de EL PAÍS: https://elpais.com/economia/2016/07/19/actualidad/1468929306_269424.html

REDACCIÓN EL TIEMPO. (22 de Agosto de 2016). *Los correos que revelaron la existencia del 'cartel' de los cuadernos*. Obtenido de <https://www.eltiempo.com/economia/empresas/cae-cartel-de-los-cuadernos-41950>

Risueño Caballero, J. A. (24 de Abril de 2019). *El cártel de camiones en Europa (1997/2011). El caso de Scania. Sanción vs indemnización*. Obtenido de Economist & Jurist: <https://www.economistjurist.es/articulos-juridicos-destacados/el-cartel-de-camiones-en-europa-19972011-el-caso-de-scania-sancion-vs-indemnizacion/>

SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO. (18 de Agosto de 2016). *RESOLUCIÓN NÚMERO 54403*. Obtenido de https://www.sic.gov.co/decisiones-de-competencia-superintendente?field_comp_super_value%5B0%5D=0&field_organizacion_tid=All&field_conducta_value=All&field_anos_value%5B0%5D=2016

SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO. (29 de Diciembre de 2016). *RESOLUCIÓN NÚMERO 90560*. Obtenido de <https://www.sic.gov.co/decisiones-de->

[competencia-](#)

[superintendente?field_comp_super_value%5B0%5D=0&field_organizacion_tid=All&field_conducta_value=All&field_anos_value%5B0%5D=2016](#)

SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO. (s.f.). *Beneficios por colaboración.*

Obtenido de <https://www.sic.gov.co/beneficios-por-colaboracion>

Superintendencia de Industria y Comercio. (s.f.). *Por presunta cartelización empresarial para fijar los precios de los cuadernos, Superindustria formula Pliego de Cargos contra 3 empresas.*

Obtenido de <https://www.sic.gov.co/noticias/por-presunta-cartelizacion-empresarial-para-fijar-los-precios-de-los-cuadernos-superindustria-formula-pliego-de-cargos-contra-3-empresas>

teleSur tv. (23 de Agosto de 2016). *Colombia: Kimberly, Scribe y Carvajal integraban "cártel de cuadernos"*. Obtenido de [https://www.youtube.com/watch?v=z9L0m-](https://www.youtube.com/watch?v=z9L0m-BJyys&ab_channel=teleSURtv)

[BJyys&ab_channel=teleSURtv](#)

Viva el cole. (29 de Noviembre de 2018). *La historia del cuaderno.* Obtenido de

<https://www.vivaelcole.com/blog/la-historia-del-cuaderno/>