

María José Meneses y Christian Luco son los creativos de Cuadernísimo

Samuel, el perro salchicha que les dio fama a dos diseñadores

La figura de la mascota partió en cuadernos, pero creció rápidamente la familia de "Salchi productos".

JOAQUÍN RIVEROS

El protagonismo que tiene Samuel, el perrito salchicha que ilustra la papelería, las tapas y otros productos de Cuadernísimo, el emprendimiento de la diseñadora María José Meneses y su colega Christian Luco, comenzó con las travesuras de su mascota. Christian siempre dibujaba en un posit algún estropicio hecho por Samuel y se lo dejaba a María José: Samuel robándose un zapato, Samuel comiendo plantas, entre otras. "Empezamos a subir los dibujos a las redes sociales y a la gente le gustó mucho", cuenta María José.

Lo que vino después fue el salto a la fama de Samuel, de los posits a las portadas de los cuadernos y de otros productos, una colección que prendió entre el público. "Yo creo que a las personas les gusta porque retrata cómo es convivir con un perrito, sobre todo hoy que vivimos en departamentos, en que la convivencia es distinta a la de antes, cuando las mascotas vivían en los patios. Ahora son casi como hijos", explica María José.

Las ilustraciones de los productos retratan ese diario vivir. "Muestran sus actividades favoritas: comer, dormir, hacerse bolita y jugar. En algunas aparece sentado en un sillón, que es el sillón que tenemos en nuestro departamento, y en otras en escenas de fantasía, como Samuel en el espacio, en otras comiendo plantas, etc.", cuenta la diseñadora.

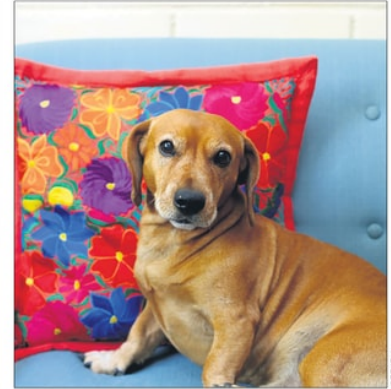
El emprendimiento surgió cuando ambos socios, que también son pareja, unieron sus habilidades. María José hacía cuadernos cosidos a la antigua usanza, y Christian ilustraciones. "Vimos una oportunidad de negocio y comenzamos a vender los cuadernos en ferias de autor en distintos barrios", recuerda María José.

Paralelamente, sacaron una serie de cómics ilustrados por Luco. "Tenemos 'Salchicomix', protagonizado por nuestro perrito, que a la fecha tiene cuatro tomos. Cuenta historias cortas inspiradas en cosas que hace él cuando está solito. En una, por ejemplo,



Los "Salchi productos" se multiplicaron en escritorios de hogares y oficinas.

explota un sillón por culpa de los duendes, porque los perritos no hacen eso, obviamente; en otra, llamada 'El perrito que cayó del cielo', se cuenta cómo él llegó a nuestras vidas", relata. "El otro cómic es 'La grieta', una trilogía de un thriller policíaco con fantasía y horror", agrega. "Son historias que tienen público infantil,



Samuel tiene 11 años y goza de buena salud.

pero también adulto. En el caso de 'La grieta', lo pueden leer niños de 10 años, siempre que haya un adulto responsable guiándolos", aclara.

Para los cuadernos, la diseñadora aplica una técnica antigua en que el papel va cosido. "Se dobla cuadernillo por cuadernillo, que son las carillas que lo conforman; se cosen y luego el pliego se guillotina según el tamaño. Luego se hace la tapa por separado, se encola y se arma. Le colocamos doble cinta marcadora, una para marcar el día y otra para cosas importantes", cuenta la diseñadora.

Entre los productos que ofrecen están los cuadernos clásicos cosidos a mano y empastados a la antigua, de 14x22 cm y 96 hojas lisas bond color ahuesado a \$11.000; otro llamado Cuadernísimo Go!, de 11x14 cm y 96 hojas de bond ahuesado a \$7.000. En formato tapa blanda, el cuaderno de 30 hojas de bond ahuesado sale \$4.000. El cómic "Historias cortas de un perrito largo" tiene un precio de \$7.000 y "La grieta", \$10.000.

También tienen pins metálicos bañados en oro con diseños propios a \$10.000 y pañuelos a \$20.000, entre otros productos.

Se compran en la página de Cuadernísimo (<https://n9.cl/ccz65>).

Sobre Samuel, María José cuenta que es un salchicha cuya raza en rigor se llama "dachshund" -en alemán se pronuncia como un estornudo, aclara- que tiene 11 años y que goza de buena salud.

Acusó acuerdo internacional de reparto de mercados que afectó la competencia en Chile

FNE pidió multa sobre 74.000.000 de dólares para Pedidos Ya y Glovo

MAURICIO RUIZ

La Fiscalía Nacional Económica (FNE) acusó que, a través del proyecto que llamaron "Project Green", las plataformas de reparto de delivery Hero, matriz de Pedidos Ya, y Glovo ejecutaron un acuerdo de asignación de zonas de mercado que incluyó cuatro países, generando la repentina salida de esta última empresa de Chile en abril de 2019.

En el requerimiento presentado ante el Tribunal de Defensa de la Libre Competencia (TDLC), la FNE constató que las plataformas "materializaron esta colusión mediante la firma de cuatro contratos de transferencia de activos, todos ellos firmados el 26 de abril de 2019, a consecuencia de los cuales se produjo la salida de Glovo de Chile y de Egipto, y de Delivery Hero de Perú y Ecuador. Las empresas intercambiaron correos electrónicos en los cuales sus ejecutivos discutieron ajustes a los términos de tales contratos con el fin de no ser sometidos al escrutinio

de las respectivas autoridades encargadas de proteger la libre competencia".

La fiscalía detalla que en el acuerdo anticompetitivo se contempló la inclusión de cláusulas de no competencia, entre ellas la prohibición de la participación de estas empresas en los mercados que cedieron a sus competidores durante un plazo de tres años, configurando esto, junto con otros elementos, un aspecto central para mantener en el tiempo el reparto de mercados que pactaron.

En su requerimiento, la FNE solicitó al TDLC que aplique a estas empresas una multa a beneficio fiscal por aproximadamente US\$ 74 millones, de los cuales US\$ 55 millones corresponden a Delivery Hero y US\$ 19 millones a Glovo.

El Fiscal Nacional Económico, Jorge Grunberg, señaló que "Delivery Hero y Glovo llevaron a cabo un acuerdo internacional de reparto de mercados, que implicó que dejaran de competir

en Chile. La salida de Glovo del mercado nacional se extendió en el período en que se encontraban vigentes las restricciones a la movilidad asociadas a la pandemia de Covid-19, en que los servicios de delivery adquirieron una inédita relevancia".

Agregó que la salida de Glovo del mercado chileno no solo redujo la presión competitiva en los servicios comunes de delivery que prestaban las cuatro empresas que participaban en él (Pedidos Ya, Glovo, Uber y Rappi), sino que también afectó las opciones que tenían los consumidores para acceder a otros servicios, tales como el de courier, línea de negocio que caracterizaba a Glovo.

El requerimiento detalla que las plataformas de delivery han experimentado un sostenido y constante crecimiento en el tiempo y que, de acuerdo con información pública disponible, entre 2018 y 2023 sus ingresos anuales se cuadruplicaron, pasando desde US\$ 210 millones en 2018 a US\$ 800 millones en 2023.