

TERCER TRIBUNAL SUPERIOR DE JUSTICIA DEL PRIMER DISTRITO JUDICIAL DE PANAMÁ. Panamá, ocho (8) de junio de dos mil veinte (2020)

VISTOS:

Cursa ante esta Sede Jurisdiccional, procedente del Juzgado Noveno de Circuito, Ramo de lo Civil, del Primer Circuito Judicial de la provincia de Panamá, el proceso por Prácticas Monopolíticas Absolutas incoado por la **AUTORIDAD DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR Y DEFENSA DE LA COMPETENCIA (ACODECO)** contra **XIN YUN HUANG DE LUO, RONG GUI QIU, JIN CHAN HE KONG, KUNG JUNH NG, JIAN HUI CHAN ZHANG, PIN JIANG KONG MEN, XIURONG WU, RUNHONG ZENG, JINYOU WU y GAN YING CHOC (Q.E.P.D.)**, en virtud del recurso de apelación anunciado por la Licenciada **MITZILA RODRÍGUEZ MENDIETA**, en su condición de apoderada especial de la **AUTORIDAD DE PROTECCION AL CONSUMIDOR Y DEFENSA DE LA COMPETENCIA (ACODECO)**, contra la sentencia N°114-15 de treinta (30) de diciembre de dos mil quince (2015), cuya parte resolutive presenta el siguiente tenor:

"Por las anteriores consideraciones, la suscrita JUEZA NOVENA DE CIRCUITO DE LO CIVIL DEL PRIMER CIRCUITO JUDICIAL DE PANAMÁ, administrando justicia en nombre de la República y por Autoridad de la Ley, dentro del Proceso por Prácticas Monopolísticas Absolutas incoado por la AUTORIDAD DE PROTECCION AL CONSUMIDOR Y DEFENSA DE LA COMPETENCIA -ACODECO- contra RUNHONG ZENG, GAN YING CHOC, JINYOU WU, JIAN HUI CHAN ZHANG, XIN YUN HUANG DE LUO, KUNG JUNH NG, JIN CHAN HE KONG, PIN JIANG KONG MEN, RONG GUI QIU y XIURONG WU, NO ACCEDE a la pretensión de la actora y por tanto SE NIEGAN las siguientes declaraciones:

1. Que los agentes económicos, llevaron a cabo o incurrieron en práctica monopolística

absoluta, contemplada en el numeral 1 del Artículo 13 de la Ley 45 de 2007, por concertarse o coludirse con el objeto y/o efecto de fijar, manipular o imponer los precios por los servicios de planchado de camisas y pantalones en las áreas urbanas de San Antonio y Cerro Viento.

2.El carácter ilícito de la práctica ejecutada por los demandados, por concertarse o coludirse con el objeto y/o de fijar manipular o imponer los precios o tarifas por los servicios de planchado de camisas y pantalones en las áreas de San Antonio y Cerro Viento.

SE EXONERA del pago de costas a la demandante
AUTORIDAD DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR Y
DEFENSA DE LA COMPETENCIA -ACODECO-

Una vez ejecutoriada la presente Resolución,
SE ORDENA el archivo del expediente, previa
notación (SIC) de su salida en el libro
respectivo. "

Luego de haberse anunciado el recurso de apelación, éste fue oportunamente sustentado, como también lo fue la oposición presentada por la apoderada judicial de la parte demandada; seguidamente, en atención a lo establecido en la Ley N°45 de 31 de octubre de 2007, el juzgado A-Quo, dispuso conceder en el efecto suspensivo el recurso de apelación, ordenando la remisión del proceso a este Tribunal Superior, a fin de que se surta la Alzada.

Repartida la causa por el Centro de Registro Único de Entrada (R.U.E.), se procedió a la atenta revisión de las constancias procesales, descartándose así la necesidad de sanear las actuaciones de primera instancia, solución que ofrece el artículo 1151 del Código Judicial.

Así las cosas, corresponde la decisión del recurso bajo análisis, no sin antes, hacer una breve reseña de los argumentos expuestos por la juzgadora primaria, así como de las partes en

litigio.

LA RESOLUCIÓN APELADA

Señala la jueza de primera que la génesis del conflicto que mantiene en controversia a las partes en proceso, nace de la demanda que fuera interpuesta por la **AUTORIDAD DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR Y DEFENSA DE LA COMPETENCIA (ACODECO)**, por la presunta comisión de Prácticas Monopolísticas Absolutas, relacionadas con la fijación de precios del servicio de planchado de camisas y pantalones, por parte de los demandados dentro del período correspondiente a los años 2009 y 2010.

Señala que como material probatorio militante en el expediente se cuenta con los informes periciales, realizados por peritos en materia económica, en donde los peritos, de la parte demandante y del tribunal, señalan que las demandadas son competidoras entre sí, todas vez que ofrecen servicios similares y están dentro de la misma zona geográfica, donde las condiciones de competencia son homogéneas; señalan además que, para el mes de octubre de 2009 mantenían los precios entre B/.0.40 y B/.0.45 centésimos de balboa por planchado, pero para los meses de noviembre, diciembre de 2009 y enero de 2010, la tarifa aumentó de B/.0.40 a B/.0.45 (con ganchos), y de B/.0.45 a B/.0.50 (sin ganchos), dándose un porcentaje de incremento del 12.5% al consumidor.

Explica que, de acuerdo con los peritos, cada una de las demandadas realizaron la factura a su gusto; las mismas no mantienen la misma estructura; no obstante, en cuanto al letrero

con el cual se anuncia a los consumidores el aumento del precio en los servicios ofrecidos no ocurre lo mismo, toda vez que en los locales de las demandadas el letrero es idéntico, al señalar al consumidor el aumento de precio en el servicio de planchado, a partir del primero (1°) de noviembre de dos mil nueve (2009).

La jueza de primera instancia indicó que ambos peritos, al responder la interrogante que solicitaba su opinión acerca de si las demandadas incurrieron en Prácticas Monopolísticas Absolutas, manifestaron que sí, toda vez que se dio por parte de éstas, un incremento en el precio de la misma magnitud, el cual entraría en vigencia en la misma fecha; aunado al hecho de que en los establecimientos también hay un rótulo que indica los precios, así como el horario de atención. Ello corrobora una violación legal, al fijar, manipular, concertar, acordar o imponer el precio de planchado, ya que la libre competencia se vio afectada, toda vez que las demandadas manipularon las decisiones que, en su momento, debieron haber tomado cada uno de los agentes económicos por separado, afectando de forma directa a los consumidores.

La jueza refiere que el estudio de las experticias aportadas al expediente revelan que las demandadas en dichas áreas, incrementaron el servicio de planchado, a partir del primero (1°) de noviembre de dos mil nueve (2009); al igual que le comunicaron a los consumidores el horario en que prestarían dicho servicio; señala que lo hicieron con un acuerdo de voluntades, lo cual para ellos se da por el hecho de que las demandadas mantienen letreros con la misma información; sin embargo, dentro del expediente las investigaciones no dejan certeza de que existiese un intercambio de comunicación entre las demandadas, que indique que dicho incremento se llevó en forma

acordada.

Dejó claro la jueza primaria que, las demandadas laboran con los mismos implementos, lo que pudiese haber ocasionado que el aumento de alguno de éstos se viera reflejado en el servicio que es por ellos prestado (lavado y secado); por lo que luego de haber analizado todos los puntos suministrados por ambas partes, a fin de concluir con la pretensión ensayada, la misma no ha logrado de forma convincente llegar a la conclusión de que los demandados ciertamente se combinaron para concertar y/o fijar el incremento del precio del servicio de lavado y planchado.

SUSTENTACIÓN DE LA DEMANDANTE-RECURRENTE

La Licenciada **MITZILA RODRÍGUEZ MENDIETA**, en representación de la **AUTORIDAD DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR Y DEFENSA DE LA COMPETENCIA (ACODECO)**, solicita se revoque la sentencia primaria, en todas sus partes, en el sentido de que se declare que las demandadas incurrieron en Prácticas Monopolísticas Absolutas, descritas en el numeral 1 del artículo 13 de la Ley N°45 de 31 de octubre de 2007, por concertarse o coludirse con el objeto y/o efecto de fijar, manipular o imponer los precios por los servicios de planchado de camisas y pantalones, en las áreas urbanas de San Antonio y Cerro Viento; así como que se declare también, el carácter ilícito de la práctica ejecutada, por los agentes económicos demandados.

Se sustenta el recurso de apelación señalando que, luego de haberse realizado diligencia exhibitoria en los establecimientos comerciales de las demandadas: **LAVANDERÍA Y LAVAMÁTICO EL VALLE DE CERRO VIENTO; LAVANDERÍA Y LAVAMÁTICO MÁGICA;**

LAVANDERÍA EL CRUCE N°4; LAVANDERÍA EL FAMOSO; LAVANDERÍA Y LAVAMÁTICO FUXIN,; LAVANDERÍA Y LAVAMÁTICO ELLY; LAVANDERÍA EL CRUCE N°6; LAVANDERÍA JENNY AURORA; LAVANDERÍA Y LAVAMÁTICO GIRASOL; y LAVANDERÍA Y LAVAMÁTICO LAS PRADERAS, se pudo evidenciar que los avisos de operación aparecen otorgados a nombre de las demandadas y que todas se dedican al negocio de lavandería; que las facturas de los meses de octubre a diciembre de 2009, y de enero a marzo de 2010, revelan que existe un aumento de precio idéntico en estas lavanderías, para planchado de pantalones y camisas, a partir del primero (1°) de noviembre de dos mil nueve (2009), de B/.0.40 centésimos a B/.0.45 centésimos si se lleva el gancho; y de B/.0.45 centésimos a B/.0.50 centésimos, si no se lleva el gancho.

Indica que también se verificó que las lavanderías **LAVANDERÍA Y LAVAMÁTICO EL VALLE DE CERRO VIENTO; LAVANDERÍA Y LAVAMÁTICO MÁGICA; LAVANDERÍA Y LAVAMÁTICO LAS PRADERAS; LAVANDERÍA EL CRUCE N°6; LAVANDERÍA EL CRUCE N°4; LAVANDERÍA Y LAVAMÁTICO ELLY; y LAVANDERÍA Y LAVAMÁTICO GIRASOL** poseían rótulo o aviso del cobro, idéntico en cuanto a su contenido, formato, dimensiones, calidad de impresión y papel, que informaban que por el servicio de planchado de camisas y pantalones se cobraría B/.0.45 centésimos, cuando se aportaba el gancho y B/.0.50 centésimos, cuando no se aportaba el gancho, a partir del primero (1°) de noviembre de dos mil nueve (2009); dichos rótulos son con adhesivo (estilo calcomanía), color blanco degradado a tono gris, consistente en un cuadrado de aproximadamente 24 pulgadas por 24 pulgadas (24" x

24"), con letras amplias en color negro y rojo, que informa sobre nuevos precios entre agentes económicos dedicados a prestar los servicios de lavandería en los sectores investigados, consistente en la aplicación de una tarifa de precios fija, con la siguiente información sobre los precios: "de 0.45 con gancho y de 0.50 sin gancho, el horario de lunes a domingos de 8:00AM a 9:00PM, viernes de 8:00AM a 3:00PM, a partir del 1 de noviembre de 2009."

Destaca la recurrente que en la **LAVANDERÍA JENNY AURORA;** **LAVANDERÍA Y LAVAMÁTICO FUXIN;** y **LAVANDERÍA EL FAMOSO** no se encontró el letrero hallado en los locales de las otras demandadas, pero el comportamiento en el incremento de precios para el servicio de planchado de camisas y pantalones, fue el mismo, indistintamente de tener o no el mismo letrero que las demás poseían; las mismas mantenían el precio a la vista de los consumidores, con el precio que reflejaba el incremento comentado.

Lo anterior se apreció en la muestra de facturas del treinta y uno (31) de octubre al primero (1º) de noviembre de dos mil nueve (2009), donde se observa el aumento de precio que se cobró, al pasar de B/.0.40 centésimos (31-10-09) a B/.0.45 centésimos (1-11-09), aportando el gancho y de B/.0.45 centésimos (31-10-09) a B/.0.50 centésimos (1-11-09), sin aportar el gancho; lo que demuestra que el incremento de precios de estas tres demandadas, es igual por el servicio de planchado de camisas y pantalones.

Añade que las demandadas son agentes económicos que ofrecen el servicio de planchado de ropa; específicamente de camisas y pantalones en el área de San Antonio y Cerro Viento,

<<geográficamente próximas e interconectadas vialmente>>, como consta en los correspondientes avisos de operación, por lo que son competidores entre sí; ello quedó demostrado por los peritos, tanto el del tribunal, como el de la demandante; al ser competidores en dicho mercado, deben competir en disputa del mismo, conforme a los postulados de la libre competencia económica y la libre concurrencia económica.

Sostiene la recurrente que los agentes económicos demandados brindan el mismo servicio, por lo que su actuación debe ceñirse a los postulados de libre competencia económica, actuando sin restricciones ilícitas, tales como la coordinación o combinación para fijar el mismo precio del servicio de planchado de camisa y pantalón, a partir de una fecha específica, << primero (1°) de noviembre de dos mil nueve (2009)>>, por lo que las decisiones sobre las variables de competencia, en este caso, el precio; debieron ser aisladas, independientes, autónomas, para que los consumidores puedan tener diferentes opciones para elegir el servicio de planchado en San Antonio y Cerro Viento. El eliminar la competencia en un sector de amplio volumen de personas y en un servicio de alto consumo, no tiene otro objeto que asegurarse un excedente de rentas y eliminar la competencia para beneficio de los miembros del cartel.

No comparte la Licenciada **RODRÍGUEZ MENDIETA**, las conclusiones de la juzgadora de primera instancia, en el sentido de que, si bien es cierto que no existe un intercambio de información (nota, acuerdo escrito, correo electrónico), mediante el cual se materialice el intercambio entre las demandadas; dentro del expediente existen suficientes pruebas aportadas debidamente al proceso, que revelan un intercambio de información

entre las empresas demandadas. Se cuenta con los cuadernillos de diligencia exhibitoria e inspección judicial de siete (7) lavanderías, a saber: **LAVANDERÍA Y LAVAMÁTICO EL VALLE DE CERRO VIENTO; LAVANDERÍA Y LAVAMÁTICO MÁGICA; LAVANDERÍA Y LAVAMÁTICO LAS PRADERAS; LAVANDERÍA EL CRUCE No.6; LAVANDERÍA EL CRUCE No.4; LAVAMÁTICO Y LAVANDERÍA ELLY; y LAVANDERÍA Y LAVAMÁTICO GIRASOL** que contienen copias fotostáticas de la existencia del letrero o rótulo idéntico en cuanto a su contenido, formato, dimensiones, calidad de impresión y papel, que anunciaba a los consumidores el alza de los precios, en el servicio de planchado de camisas y pantalones, y que se cobraría con gancho B/0.45 centésimos; sin gancho B/.0.50 centésimos, a partir del primero (1°) de noviembre de dos mil nueve (2009), lo que evidencia factores que implican un necesario intercambio de información de estas siete (7) lavanderías. De lo anterior podría concluirse que hubo comunicación previa entre ellas, para que coincidieran con un mismo precio, misma fecha para aumentar el precio del servicio de planchado de camisas y pantalones, y que el tribunal A-Quo, no tomó en cuenta al momento de dictar su sentencia.

En cuanto a la **LAVANDERÍA JENNY AURORA, LAVANDERÍA Y LAVAMÁTICO FUXIN y LAVANDERÍA EL FAMOSO** consta en los cuadernillos de diligencia exhibitoria e inspección judicial, que se encontró lista de precios en los que se detallan los cambios del cobro del servicio de lavado y planchado de camisas y pantalones a B/.0.45 centésimos a partir del mes de noviembre de 2009, lo que no fue tomado en cuenta por la jueza, y que determinan el intercambio de información; siendo pruebas indiciarias, en la medida que al ser hechos debidamente probados,

revelan la existencia de otro que, en este caso es la coordinación entre las demandadas para el aumento de los precios en los servicios de planchado y lavado de pantalones.

Se refiere la recurrente a otras pruebas aportadas al proceso y que sirven de base para sustentar su pretensión; éstas son: los informes periciales realizados en materia económica, mediante los cuales el perito de la **AUTORIDAD DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR Y DEFENSA DE LA COMPETENCIA (ACODECO)** y del tribunal, señalan que las demandadas son competidoras entre sí, pues ofrecen servicios similares y están dentro de la misma zona geográfica, donde las condiciones de competencia son homogéneas; ambos informes destacan que las demandadas habían concertado voluntariamente, fijar el precio de los servicios ofrecidos a los consumidores.

Por su parte, el perito de la **AUTORIDAD DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR Y DEFENSA DE LA COMPETENCIA (ACODECO)**, señaló: *"...Para que tengan el mismo letrero se tiene que haber producido un acuerdo de voluntades, en el cual se coordinó ya sea en ordenar la confección del letrero a una persona específica, o replicar un diseño ya pre existente, es decir, no se puede asegurar que todos hayan adquirido el letrero en el mismo lugar, pero no queda duda, que la información presente en el letrero y diseño del mismo, si responde a un concierto de voluntades"*. Adicional, se obtuvieron recibos de facturas correspondientes a los meses de octubre a diciembre de 2009 y de enero a marzo de 2010; continúa señalando que el incremento del precio aplicado a las demandadas fue en la misma magnitud; la fecha en que se

estableció para que entrara en efecto el cambio de precio fue la misma. Se observó en el rótulo los cambios de precios y el establecimiento de horarios de atención al consumidor, elementos que, corroboran que efectivamente se dio una violación a la Ley N°45 de 2007, al fijar, manipular, concertar, acordar o imponer el precio de planchado, las fechas en que se haría efectivo el mismo y los horarios de atención a los consumidores.

En tanto que la perito del tribunal, en su análisis concluye que para los efectos del presente caso: *"...las demandadas incurrieron en prácticas monopolísticas absolutas, ya que siendo agentes económicos competidores en una misma área geográfica, concertaron y manipularon el precio del servicio de planchado de camisas y pantalones a partir del uno (1) de noviembre de dos mil nueve (2009), tal como se contempla en el numeral 1 del artículo 13 de la Ley 45 de 2007"*.

No comparte la demandante, el criterio del tribunal A-Quo, ya que le resulta ilógico que se desvirtúe el tema del letrero idéntico y, a su vez, se justifique con una razón que no hace sentido con los elementos que se demandan, <<el que las lavanderías tengan el mismo horario de lavado y planchado>> y además que manejen grandes volúmenes de ropa, en nada tiene que ver con que se hayan puesto letreros iguales y el cambio de precio sea el mismo; es más, justamente ese elemento ha sido tradicionalmente diferenciado en este tipo de negocios, siendo que unas tienen letreros hecho a mano, otros con pintura y otros en computadora; no obstante, en este caso todos los letreros tenían el mismo formato, lo cual es un elemento indicativo de un acuerdo de voluntades, lo cual no tiene una justificación lógica tal cual le ha querido brindar la A-Quo.

Aclara a este Tribunal Superior que, independientemente de las situaciones que se hayan podido dar en el mercado como es el aumento de salario mínimo, no existe justificación para que los demandados concertaran voluntades para la fijación de precios, tal como quedó acreditado en los informes periciales y en las pruebas documentales aportadas al expediente, como son las facturas y letrero idéntico que probaron la existencia de un acuerdo para la fijación de precios.

Destaca la demandante recurrente que las decisiones sobre las variables de competencia, en este caso el precio, debieron ser aisladas, independientes y autónomas; y no contrarias a los principios de la libre competencia; no es común que todos los demandados fijaran el precio y que éste se hiciera efectivo, a partir de la misma fecha, es decir, primero (1º) de noviembre de dos mil nueve (2009).

Adiciona que los demandados no aportaron al proceso pruebas que acreditaran no haber incurrido en una conducta monopolística.

ALEGATOS DE OPOSICIÓN DE LA PARTE DEMANDADA

La Licenciada **ROSA ELENA PÉREZ MARTÍNEZ**, procuradora judicial de la parte demandada, presenta su oposición al recurso de apelación interpuesto por la **AUTORIDAD DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR Y DEFENSA DE LA COMPETENCIA (ACODECO)**, solicitando que se confirme en todas sus partes la sentencia N°114-15 de treinta (30) de diciembre de dos mil quince (2015), proferida por el Juzgado Noveno de Circuito, Ramo de lo Civil, del Primer Circuito Judicial de la provincia de Panamá.

Basa su petición en el hecho de que sus representados fueron demandados por la **AUTORIDAD DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR Y DEFENSA DE LA COMPETENCIA (ACODECO)**, por Prácticas Monopolísticas Absolutas, sin tomar en cuenta circunstancias especiales que se dieron en la operación de estos pequeños agentes económicos.

Acepta que todos los dueños de pequeños negocios de servicio de lavandería y planchado, que representa en este proceso, para final del año 2009 e inicio de 2010, para poder subsistir en la actividad y seguir brindando el servicio de lavado y planchado, se vieron obligados al aumento de cinco centésimos (B/.0.05), en el precio de servicio de planchado de camisas y pantalones.

Indica que una verdadera investigación a nivel del Distrito de Panamá y San Miguelito, para ese período, hubiera arrojado que todas las lavanderías en operación, en ambos distritos, sin excepción alguna, se afectaron significativamente, con el aumento de todos los insumos, resultado del aumento del salario mínimo decretado por el gobierno nacional y que, para hacerle frente a los nuevos costos, se vieron obligados al aumento del precio en el servicio de planchado, y no porque necesitaban concertarse para ello, sino en un acto desesperado de sobrevivir en la actividad y seguir brindado el servicio a la comunidad.

Para ello sus representados y demás dueños de lavanderías no requerían realizar convención, acuerdo o pactos entre ellos; a cada uno y a todos en general, se les presentó el mismo problema, el alza de los insumos, no quedando otra alternativa viable, sino hacer un aumento de cinco centésimos (B/.0.05) en el planchado a

sólo dos piezas de vestir; y con ello se logró equilibrar los ingresos con los costos del servicio.

Manifiesta que todas las lavanderías investigadas brindan servicio de lavado y planchado a una cantidad de veinte (20) piezas de ropa diferentes, aparte de camisas y pantalones; y que en varios de los negocios investigados se mantenían precios similares con otras lavanderías, y en otras, existía diferencia de precio entre cinco centésimos (B/.0.05) y diez centésimos (B/.0.10), aspecto que no fue mencionado en la investigación, pero aparece en las fotos de los carteles, que constan en el expediente.

Señala que el aumento de los salarios, no sólo se reflejó en los salarios a pagar, también trajo consigo el aumento de todos los insumos y energía eléctrica y todos los productos que se requieren para prestar el servicio de lavado y planchado, ya que en las lavanderías, se usa gas licuado para las secadoras y lavadoras al precio normal, sin subsidio.

Explica la opositora que por todos es conocido, que las lavanderías son agentes económicos operados por trabajadores, que aparte de cobrar un salario mínimo, se les tiene que pagar comisión por cada pieza planchada y cuando este trabajador se ausenta que ocurre con bastante frecuencia, es el propio dueño y demás miembros de la familia, los que se ven en la necesidad de realizar el planchado; este apoyo familiar ha permitido que la comunidad siga recibiendo el servicio y que varios de estos negocios hayan podido subsistir en el tiempo, porque las lavanderías jamás niegan el servicio al cliente.

Aunado a ello, las lavanderías son sensitivamente afectadas por un número plural de clientes que llevan su ropa a planchar y no la retiran, ni pagan previamente el servicio; independientemente a este hecho, el dueño del negocio tiene que pagar el salario y la comisión al trabajador que realiza el planchado. Estos servicios de planchado, al no darse por miles de unidades mensuales, no cabe aumentar un centavo por unidad, el aumento tiene que ser (un real), cinco centésimos (0.05); sobre todo para garantizar el pago del aumento del salario decretado por el gobierno nacional.

Como puede comprobarse, todas las lavanderías tienen el servicio de lavado y planchado de un número plural de piezas de vestir, aparte de las camisas y pantalones, pero la **AUTORIDAD DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR Y DEFENSA DE LA COMPETENCIA (ACODECO)**, en la investigación realizada por ellos, no hizo énfasis en esa situación; en el informe solamente se hizo referencia a dos piezas de vestir (pantalón y camisa).

Cada agente económico investigado, conoce las interioridades de su negocio, lo cual le permitió hacer la mediana y así determinar la cifra que requería para hacerle frente al aumento y seguir prestando el servicio a los clientes de cada sector; además, todos los que usan el servicio de lavandería, conocen que las piezas más requeridas son camisas y pantalones, pero aún así, cada lavandería no plancha 2,000 unidades mensuales, que representaría un aumento de **CIEN DÓLARES (\$100.00)** por mes.

Para decidir aumentar el precio del servicio de planchado de camisa y pantalón en (un real), cinco centésimos de balboa

(B/.0.05), sus representados no necesitaban hacer una convención, ya que, cada agente económico investigado conocía perfectamente cuál era el punto de equilibrio, y cuál era el aumento requerido, y en cuáles piezas de vestir, se lograba equilibrar el aumento de los costos.

En cuanto a los horarios establecidos por los agentes económicos que representa, señala que no conoce ningún negocio que no tenga horario, el hecho que las lavanderías tengan horarios similares, no significa que se hayan concertado para ello, ya que los horarios de las lavanderías se fijan de acuerdo a los hábitos y necesidad del sector o comunidad; y no por lo que le conviene o perjudique a la competencia, toda vez que, no pueden darse el lujo de tener trabajadores en horarios mixtos o nocturnos por los costos de los recargos y para tomar esas decisiones de establecer los horarios, sólo requieren el sentido común y así lograr mantenerse en una actividad que realmente es de subsistencia; con muy poco margen de ganancia, lo cual debió ser parte de la investigación realizada por la actora, el examinar las declaraciones de renta y determinar de esa manera el verdadero poco poder económico de las lavanderías investigadas.

Cada dueño de las lavanderías demandadas luego del análisis económico simple de ingresos, costos y gastos, decidió fijar el aumento de cinco centésimos (B/.0.05) sobre camisas y pantalones, para lo cual no necesitaba, consenso o aprobación de los demás dueños de lavanderías.

Para fijar en (un real), cinco centésimos (B/.0.05) sólo en dos piezas coincidentes, no se requirió de ninguna manera celebrar una reunión o convención o estudio de factibilidad,

aparte que la Ley no prevé, que el aumento tiene que ser autorizado por alguna autoridad gubernamental, cosa que sí ocurre con el aumento del salario mínimo.

Sus representados no niegan el aumento de cinco centésimos (B/.0.05) en el planchado de camisas y pantalones, lo que no es cierto es que para ello necesitaron acordarlo, ya que cada agente económico vela por mantenerse en el mercado. Éstas a fin de garantizar la prestación del servicio de planchado, requirieron aumentar el precio en el planchado de camisas y pantalones, que garantizara los ingresos; y permitiera mantener los negocios operando, lo cual sólo era viable si lograban cumplir con los compromisos económicos que le corresponden a cada agente económico.

Concluye señalando que se trata de pequeñas empresas afectadas significativamente con todo aumento que se de a nivel de insumos o salarios; y a pesar de ello, siguen brindando el servicio a la comunidad en horarios superiores a ocho (8) horas; y los horarios fijados por las mismas se dan en consideración de la costumbre y necesidad de la comunidad, y no porque se haya concertado hasta el horario.

Solicita a este Tribunal Superior, que se confirme en todas sus partes la sentencia No.114-15 de treinta (30) de diciembre de dos mil quince (2015), dictada por el Juzgado Noveno de Circuito, Ramo de lo Civil, del Primer Circuito Judicial de la provincia de Panamá, en consideración de que las lavanderías investigadas y que representa en este proceso, no incurrieron en Prácticas Monopolísticas Absolutas; y que el aumento establecido, surgió de la necesidad de cada lavandería de obtener los recursos

económicos para hacerle frente al aumento de los insumos y salario mínimo de los trabajadores; que el aumento dado, no fue producto de un acuerdo entre los diferentes agentes económicos; y que una sanción económica que sería impuesta por parte de la **AUTORIDAD DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR Y DEFENSA DE LA COMPETENCIA (ACODECO)**, a estos pequeños negocios, llevaría al cierre definitivo de los mismos.

ENJUICIAMIENTO DEL TRIBUNAL DE ALZADA

Una vez expuestos los argumentos que interesaron presentar a cada una de las partes (recurrente y opositor), para defender sus respectivas posturas frente al thema decidendi; así como el resumen de las consideraciones y motivaciones contenidas en la sentencia de primera instancia, que causaron el arribo del expediente a esta esfera jurisdiccional, procede la Sala a determinar si asiste razón a la demandante, **AUTORIDAD DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR Y DEFENSA DE LA COMPETENCIA (ACODECO)**, para mostrarse inconforme con la decisión de primera instancia en este proceso por Prácticas Monopolísticas interpuesto contra **XIN YUN HUANG DE LUO (LAVANDERÍA Y LAVAMÁTICO FUXIN); RONG GUI QIU (LAVANDERÍA Y LAVAMÁTICO GIRASOL); JIN CHAN HE KONG (LAVANDERÍA Y LAVAMÁTICO EL CRUCE #6; KUNG JUNH NG (LAVANDERÍA Y LAVAMÁTICO ELLY); JIAN HUI CHAN ZHANG (LAVANDERÍA EL FAMOSO); PIN JIANG KONG MEN (LAVANDERÍA JENNY AURORA); XIURONG WU (LAVANDERÍA Y LAVAMÁTICO LA PRADERA); RUNHONG ZENG (LAVANDERÍA Y LAVAMÁTICO EL VALLE DE CERRO VIENTO), JINYOU WU (LAVANDERÍA**

EL CRUCE 34); y GAN YING CHOC (Q.E.P.D.) (LAVANDERÍA Y LAVAMÁTICO MÁGICA).

Lo primero que hará este Tribunal Colegiado, será examinar el caudal probatorio allegado al proceso y que solamente la parte demandante; es decir, **AUTORIDAD DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR Y DEFENSA DE LA COMPETENCIA (ACODECO)** aportó en las distintas etapas (oportunas) del proceso, toda vez que la parte demandada no presentó, ni adujo pruebas (ni con la contestación de la demanda, ni en el acto de audiencia).

Entre las pruebas que forman parte de la presente causa militan: Los avisos de operaciones de **LAVANDERÍA Y LAVAMÁTICO EL VALLE DE CERRO VIENTO**, Aviso de Operación N°E-8-69771-2007-92184; demandada **RUNHONG ZENG; LAVANDERÍA Y LAVAMÁTICO MÁGICA**, Aviso de Operación N°E-8-71806-2008-143508; demandada **GAN YING CHOC (Q.E.P.D.); LAVANDERÍA EL CRUCE 4**, Aviso de Operación N°E-8-90074-2008-117517; demandada **JINYOU WU; LAVANDERÍA EL FAMOSO**, Aviso de Operación N°E-8-73872-2007-92469; demandada **JIAN HUI CHAN ZHANG; LAVANDERÍA Y LAVAMÁTICO FUXIN**, Aviso de Operación N°E-20-331-2007-94715; demandada **XIN YUN HUANG DE LUO; LAVANDERÍA Y LAVAMÁTICO ELLY**, Aviso de Operación N°E-8-58152-2007-91564; demandado **KUNG JUNH NG; LAVANDERÍA Y LAVAMÁTICO EL CRUCE #6**, Aviso de Operación N°E-20-658-2008-112579; demandado **JIN CHAN HE KONG; LAVANDERÍA JENNY AURORA**, Aviso de Operación N°E-8-64478-2007-91923; demandada **PIN JIANG KONG MEN; LAVANDERÍA Y LAVAMÁTICO**

GIRASOL, Aviso de Operación N°E-8-72640-2007-92379; demandada **RONG GUI QIU; LAVANDERÍA Y LAVAMÁTICO PRADERA**, Aviso de Operación N°E-8-78209-2007-92710; demandada **XIURONG WU**; en los cuales se puede apreciar quiénes son las personas naturales solicitantes de los mismos, las cuales coinciden con las personas naturales demandadas en este proceso. En estos documentos se detalla la actividad comercial a la cual se dedican los mismos, es decir, a prestar el servicio de lavado, secado y planchado de toda clase de ropa o de ropa en general, lo cual da cuenta que las demandadas son competidores homogéneos y que son competidores entre sí, por lo que los servicios ofrecidos van destinados al mismo grupo de consumidores.

Recuérdese que la conducta de la cual se acusa a la parte demandada, es la tipificada en el artículo 13 numeral 1 de la Ley N°45 de 2007, ello por cuanto, según alega la demandante, las demandadas se han coludido y han acordado fijar los precios o tarifas, por los servicios de planchado de camisas y pantalones, a partir del primero (1°) de noviembre de dos mil nueve (2009), en las áreas de San Antonio y Cerro Viento. Se impone verificar si son acertadas las argumentaciones de la demandante en la Segunda Instancia, de acuerdo con las pruebas que figuran en el expediente y el ordenamiento jurídico sobre la materia.

Consta en el expediente la Resolución N°DNLC-OGC-001-10, de fecha doce (12) de febrero de dos mil diez (2010), emitida por el **DIRECTOR NACIONAL DE LIBRE COMPETENCIA DE LA AUTORIDAD DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR Y DEFENSA DE LA COMPETENCIA (ACODECO)**, a través de la cual ordena el inicio de una investigación administrativa en contra de los agentes económicos

EL VALLE DE CERRO VIENTO, MÁGICA, CERRO VIENTO, EL CRUCE N°4, EL FAMOSO, FUXIN, FUHAO, ELLY, EL CRUCE N°6, JENNY AURORA, GIRASOL y LA PRADERA, LA LUNA, DELUXE y MAYLIN, por la presunta comisión de Prácticas Monopolísticas Absolutas, así como las pruebas que fueron recabadas por ese ente administrativo, previa la obtención de la autorización necesaria de acuerdo a los numerales 3 y 16 del artículo 86 de la Ley N°45 de 2007, así como el artículo 99 de ese mismo cuerpo jurídico-procesal.

La prueba de inspección practicada reveló que los locales comerciales **LA PRADERA; GIRASOL; EL CRUCE N°6; ELLY; EL CRUCE N°4; MÁGICA; y EL VALLE DE CERRO VIENTO,** tenían un rótulo con la siguiente información:

"CON GANCHO 0.45 SIN GANCHO 0.50, HORARIO LUNES A DOMINGO 8:00 AM ----> 9:00 PM" (información contenida en los rótulos de los establecimientos comerciales denominados **EL VALLE DE CERRO VIENTO, MÁGICA, EL CRUCE N°4, ELLY, EL CRUCE N°6, GIRASOL, EL FAMOSO, LA PRADERA, FUXIN Y JENNY AURORA**).

"VIERNES 8:00 AM ----> 9:00 PM" (LA PRADERA, ELLY y EL VALLE DE CERRO VIENTO).

"VIERNES 8:00 AM ----> 8:00 PM" (EL CRUCE N°6); **"VIERNES 8:00 AM ----> 3:00 PM"** (EL CRUCE N°4 Y MÁGICA).

"VIERNES 8:00 AM ----> 00 PM" (sic) (EL GIRASOL).

"VIERNES 8:00 AM ----> 5:00 PM" (EL FAMOSO).

"A PARTIR DEL 1 DE NOV. DE 2009"

Se observa en los anuncios y/o rótulos que se muestran a los clientes y/o consumidores de los servicios de planchado y lavado

en los establecimientos comerciales inspeccionados, que hay igualdad en el precio <<luego del aumento>>, de los servicios de planchado; es decir, un aumento igualitario en todas las lavanderías y lavamáticos inspeccionados <<ubicadas dentro de la misma zona geográfica>>; de cinco centésimos de balboa (B/.0.05) y que todos los establecimientos comerciales inspeccionados hacen la misma diferencia en el precio, al señalar que si con el artículo <<ROPA>> se trae o no "gancho".

Otro aspecto que llamó la atención de esta Superioridad, lo es el horario de atención al público establecido por los agentes económicos inspeccionados en sus rótulos y/o avisos, el cual sería de lunes a domingo de ocho de la mañana hasta las nueve de la noche (8:00 a.m. a 9:00 p.m); y la coincidencia en el horario de inicio de atención del día viernes de todos los establecimientos inspeccionados; es decir, ocho de la mañana (8:00 a.m.), con la sola diferencia de que algunos finalizan su horario de atención, el día viernes a las tres de la tarde (3:00 p.m.), otros a las cinco de la tarde (5:00 p.m.), y la mayoría a las nueve de la noche (9:00 p.m).

Otra coincidencia que también se observó en el rótulo y/o anuncio colocado por los agentes económicos inspeccionados, es el hecho de que todos los agentes económicos inician con el aludido aumento y horario de atención a partir del **UNO (1) DE NOVIEMBRE**

DE DOS MIL NUEVE (2009), veamos:

LAVANDERÍA Y LAVAMÁTICO EL VALLE DE CERRO VIENTO, precio de pantalón y camisas hasta octubre 2009, de acuerdo con las facturas (49638, 51379, 51742, 52251) era de 0.40 centavos y a partir del 1° de noviembre de 2009 de acuerdo a las facturas (54275, 54789, 50866, 52774, 52919, 52348, 52369, 52403, 52418, 52508, 52425, 59281) 45 centavos y de acuerdo con el anuncio o

letrero colocado en el local quedó así: con gancho 0.45 sin gancho 0.50, horario lunes a domingo 8:00 am -----> 9:00 pm" y los "viernes 8:00 am -----> 9:00 pm".

LAVANDERÍA Y LAVAMÁTICO EL VALLE DE CERRO VIENTO,

letrero colocado al ingresar al local, específicamente en la parte izquierda del mostrador de color blanco con letras negras y de color rojo en impresas escritas en mayúsculas cerrada (letras estilizadas) sobre una cartulina, en la que se señala el precio del planchado si es con chanco (0.45) y sin gancho (0.50), de igual forma refiere el horario de atención de lunes a viernes de 8:00 am a 9:00 pm, mismo horario se señala el día viernes (SEÑALIZADOS CON FLECHAS), por último escrito con letras de color rojo se señala que dicho precios son a partir del 1 de noviembre de 2009. a mano derecha del local se observa de igual forma otro letrero de mayo tamaño en el que se detallan las piezas y el precio por planchado de cada una de estas, escritas en mayúscula cerrada de color negro y rojo en la que se indica que el precio de la camisa y pantalón es de 0.45 centavos y al final se hace la siguiente observación "POR FAVOR TRAER SUS GANCHOS, POR CADA SEMANA 5% POR PIEZA).

LAVANDERÍA Y LAVAMÁTICO MÁGICA,

precio de pantalón y camisas hasta el mes de octubre 2009, de acuerdo con las facturas (1324, 0394, 0506, 0602, 0407, 0402) era de 0.40 centavos y a partir del 1° de noviembre de 2009 los precios quedaron así de acuerdo con las facturas (1920, 2205, 2242, 2269, 2320,2309, 6173, 6207, 8976, 6403, 6324, 6416, 9475, 8301, 8285, 8242, 9543, 3677) en 0.45 centavos y de acuerdo con el anuncio o letrero colocado en el local quedó así: con gancho 0.45 sin gancho 0.50, horario lunes a domingo 8:00 am -----> 9:00 pm" y "viernes 8:00 am -----> 3:00 pm".

LAVANDERÍA Y LAVAMÁTICO MÁGICA,

letrero colocado al ingresar al local, específicamente en la parte izquierda del mostrador de color blanco con letras negras y de color rojo escritas en impresas en mayúsculas cerrada (letras estilizadas) sobre una cartulina, en la que se señala el precio del planchado si es con gancho (0.45) y sin gancho (0.50), de igual forma refiere el horario de atención de lunes a domingo de 8:00 am a 9:00 pm, y los días viernes de 8:00 am a 3:00 (SEÑALIZADOS

DICHOS HORARIOS CON FLECHAS), por último escrito con letras de color rojo se señala que dicho precios son a partir del 1 de noviembre de 2009. A unos centímetros de distancia de dicho anuncio se observa otro letrero de mayor tamaño de papel manila en el que se detallan las piezas y el precio por planchado de cada una de estas, escritas a mano en mayúscula cerrada con marcador de color negro en la que se indica entre otras cosas que el precio de la camisa y pantalón es de 0.45 centavos.

LAVANDERÍA EL CRUCE 4, precio de pantalón y camisas hasta el mes de octubre 2009, de acuerdo con las facturas (1061, 1927, 2177, 2224) era de 0.40 centavos y de acuerdo con la factura 1209 era de 0.45 centavos (precios sin ganchos); a partir del 1° de noviembre de 2009 el precio de acuerdo con las facturas (2965, 3003, 3112, 3973, 4530, 4534, 8715, 9395) quedó en 0.45 centavos y de acuerdo con el anuncio o letrero colocado en el local quedó así: con gancho 0.45 sin gancho 0.50, horario lunes a domingo 8:00 am -----> 9:00 pm" y "viernes 8:00 am -----> 3:00 pm".

LAVANDERÍA EL CRUCE 4, letrero de color blanco con letras negras y de color rojo escritas en imprentas en mayúsculas cerrada (letras estilizadas) sobre una cartulina blanca, en la que se señala el precio del planchado si es con gancho (0.45) y sin gancho (0.50), de igual forma refiere el horario de atención de lunes a domingo de 8:00 am a 9:00 pm, y los días viernes de 8:00 am a 3:00 (SEÑALIZADOS DICHOS HORARIOS CON FLECHAS), por último escrito con letras de color rojo se señala que dicho precios son a partir del 1 de noviembre de 2009. Al lado de dicho anuncio se observa otro letrero de mayor tamaño en el que se detallan las piezas y el precio por planchado, lavado-agua, y secado de cada una de estas piezas, escritas a mano en mayúscula cerrada con marcador de color negro en la que se indica entre otras cosas que el precio de la camisa es de 0.45 centavos y el pantalón es de 0.40 centavos.

LAVANDERÍA Y LAVAMÁTICO ELLY, precio de pantalón y camisas hasta el mes de octubre 2009, de acuerdo con las facturas (5976, 5887) era de 0.40 centavos y de acuerdo a la factura 5702 era de 0.45 centavos (precios sin ganchos); a partir del 1° de noviembre de 2009 los precios de acuerdo

con las facturas (6812, 6566, 6420, 7542, 8758, 8783, 8840, 8892) el precio fue de 0.45 centavos y de acuerdo con la factura 7918 el precio fue de 0.50, (precio sin gancho) y de acuerdo con el anuncio o letrero colocado en el local quedaron así: con gancho 0.45 sin gancho 0.50, horario lunes a domingo 8:00 am -----> 9:00 pm" y los "viernes 8:00 am -----> 9:00 pm".

LAVANDERÍA Y LAVAMÁTICO ELLY, al ingresar al local a mano izquierda se observa un anuncio y/o letrero de color blanco con letras negras y de color rojo escritas en imprentas en mayúsculas cerrada (letras estilizadas) sobre una cartulina blanca, en la que se señala el precio del planchado si es con gancho (0.45) y sin gancho (0.50), de igual forma refiere el horario de atención de lunes a domingo de 8:00 am a 9:00 pm, y los días viernes de 8:00 am a pm (sinc) (SEÑALIZADOS DICHOS HORARIOS CON FLECHAS); También se observa un letrero de mayor tamaño de color blanco, dentro de un marco escrito en letras de color negro en mayúscula cerrada escritas en imprenta, en el cual se detallan las piezas y los precios por los servicios de planchado, lavado y planchado y lavado y planchado en seco. En el planchado se puede observar que el precio por las camisas y pantalones es de 0.50 centavos.

LAVANDERÍA Y LAVAMÁTICO EL CRUCE #6, precio de pantalón y camisas hasta el mes de octubre 2009 de acuerdo con las facturas (4477, 4449, 4396, 4462) era de 0.40 centavos y según factura 4506 era de 0.45 centavos (precios sin ganchos); a partir del 1° de noviembre de 2009 los precios de acuerdo con las facturas (5530, 5542, 5446, 6474, 7995, 353, 9737, 20, 286) el precio fue de 0.45 centavos y de acuerdo con la factura 8430 el precio fue de 0.50 (precio sin gancho), mientras que de acuerdo con el anuncio o letrero colocado en el local quedó así: con gancho 0.45 sin gancho 0.50, horario lunes a domingo 8:00 am -----> 9:00 pm" y viernes 8:00 am -----> 8:00 pm".

LAVANDERÍA EL CRUCE 6, al ingresar al local sobre el mostrador parte superior derecha se observa letrero de color blanco con letras negras y de color rojo escritas en imprentas en mayúsculas cerrada (letras estilizadas) sobre una cartulina blanca, en la que se señala el precio del planchado si es con gancho (0.45) y sin gancho (0.50),

de igual forma refiere el horario de atención de lunes a domingo de 8:00 am a 9:00 pm, y los días viernes de 8:00 am a 8:00 (SEÑALIZADOS DICHOS HORARIOS CON FLECHAS), por último escrito con letras de color rojo se señala que dichos precios son a partir del 1 de noviembre de 2009. colgado a la pared derecha, a la altura del mostrados se observa otro letrero de mayor tamaño en el que se detallan las piezas y el precio por planchado, lavado, y secado de cada una de las piezas, escritas en mayúscula cerrada con marcador de color rojo en la que se indica entre otras cosas que el precio de la camisa y el pantalón es de 0.45 (observación el precio del pantalón y camisa tiene un pedazo de cinta adhesiva de color blanco hueso en colocada después del 4 y escrito sobre este pedazo de cinta adhesiva el número 5 con marcador de color negro).

LAVANDERÍA Y LAVAMÁTICO GIRASOL, el precio de los pantalones y camisas a partir del 1° de noviembre de 2009 de acuerdo con las facturas (3352, 3354, 3421, 3788, 4212, 4251, 4277) fueron de 0.40 centavos y de acuerdo con las facturas 3356, 3791, 3416, 3775, 4169 el precio fue de 0.50 centavos; y de acuerdo con el anuncio o letrero colocado en el local quedaron así: con gancho 0.45 sin gancho 0.50, horario de lunes a domingo 8:00 am -----> 9:00 pm" y "viernes 8:00 am -----> 00 pm" (sic).

LAVANDERÍA Y LAVAMÁTICO GIRASOL, se observa letrero de color blanco con letras negras y de color roja escritas en imprentas en mayúsculas cerrada (letras estilizadas) sobre una cartulina blanca, en la que se señala el precio del planchado si es con gancho (0.45) y sin gancho (0.50), de igual forma refiere el horario de atención de lunes a domingo de 8:00 am a 9:00 pm, y los días viernes de 8:00 am a : 00 (sic) (SEÑALIZADOS DICHOS HORARIOS CON FLECHAS), por último escrito con letras de color rojo se señala que dichos precios son a partir del 1 de noviembre de 2009.

LAVANDERÍA EL FAMOSO, precio de pantalón y camisas hasta el mes de octubre 2009, de acuerdo con las facturas (24252, 24291, 24331, 24396, 24358, 24550, 24565, 24583, 24575, 24593) era de 0.40 centavos y a partir del 1° de noviembre de 2009 de acuerdo con las facturas (25427, 25537, 25619, 25586, 25579, 24615, 24604, 24601,

26592, 26666, 27778, 27769, 27882, 27646) quedó en 0.45 centavos, mientras que de acuerdo con las facturas 276683, 26804 y 27731 el precio fue de 0.50 y de acuerdo con el anuncio o letrero colocado en el local quedó así: con gancho 0.45 sin gancho 0.50, horario lunes a domingo 8:00 am -----> 9:00 pm" y "viernes 8:00 am -----> 5:00 pm".

LAVANDERÍA EL FAMOSO, al ingresar al local en el mostrador, parte central de este se observa un letrero escrito a mano con marcador negro y rojo sobre una hoja en la que se anuncia el horario, el cual es de lunes a domingos de 8:00 am a 9:00 pm y los días viernes de 8:00 am a 5:00 pm a partir del 1 de noviembre de 2009, se observa otro anuncio colocado en el mismo local escrito también a mano, con letras de color negro con rojo (SEÑALIZADOS DICHOS HORARIOS CON FLECHAS). También se observa un tercer letrero escrito a mano con marcador de color negro en mayúscula cerrada escrito en imprenta, en el cual se detallan las piezas y los precios por los servicios de planchado a vapor, lavado y planchado y lavado y planchado en seco. En el planchado se puede observar que el precio por las camisas y pantalones es de 0.45 centavos.

LAVANDERÍA Y LAVAMÁTICO LAS PRADERAS, precio de pantalón y camisas hasta el mes de octubre 2009 de acuerdo con las facturas (5840, 6114, 6077, 5812) era de 0.40 centavos y a partir del 1° de noviembre de 2009 el precio quedó así de acuerdo con las facturas 7039, 7044, 6964, 7732, 8147, 8223, 9001, 9030, 9002) fue de 0.45 centavos, mientras que de acuerdo con las facturas 7811, 8021 el precio fue de 0.50 centavos (sin gancho); y de acuerdo con el anuncio o letrero colocado en el local: con gancho 0.45 sin gancho 0.50, horario lunes a domingo 8:00 am -----> 9:00 pm" y los "viernes 8:00 am -----> 9:00 pm".

LAVANDERÍA Y LAVAMÁTICO LAS PRADERAS, al ingresar al local se observa a su mano izquierda un letrero de color blanco con letras negras y de color roja escritas en imprentas en mayúsculas cerrada (letras estilizadas) sobre una cartulina blanca, en la que se señala el precio del planchado si es con gancho (0.45) y sin gancho (0.50), de igual forma refiere el horario de atención de lunes a domingo de 8:00 am a 9:00 pm, y los días viernes de 8:00 am a 8:00 (SEÑALIZADOS DICHOS HORARIOS CON FLECHAS), por último escrito con letras de

color rojo se señala que dichos precios son a partir del 1 de noviembre de 2009. a unos centímetros de este anuncio se puede observar un letrero (cartulina de color blanco) de mayor tamaño en donde se detallan las piezas y precios que se ofrecen en el local (planchado, lavado y planchado y lavado en seco), entre los que se observa que el precio de planchado por las camisas y pantalones.

LAVANDERÍA Y LAVAMÁTICO FUXIN, precio de pantalón y camisas hasta el mes de octubre 2009, de acuerdo con las facturas (9366, 9654, 9477, 9210, 9268, 9840, 9788), era de 0.40 centavos y a partir del 1° de noviembre de 2009 de acuerdo con las facturas (0565, 0274, 0527, 0485, 0555, 2505, 2547, 2620, 2627, 2506, 3232, 3491, 3523, 2710) el precio fue de 0.45 centavos y de acuerdo con el anuncio o letrero colocado en el local quedó así: con gancho 0.45 sin gancho 0.50, horario lunes a domingo 8:00 am -----> 9:00 pm”.

LAVANDERÍA Y LAVAMÁTICO FUXIN, se observa un anuncio en el que se detalla sobre un pedazo de papel manila las piezas que se planchan y pegado al lado otro que señala o detalla el costo por el servicio, escritos con marcador de color negro en letra imprenta en mayúsculas cerrada, entre las que se observa que el precio de las camisas y pantalones es de 0.45 centavos (traiga gancho) y 0.50 centavos (sin gancho).

LAVANDERIA JENNY AURORA, precio de pantalón y camisas hasta el mes de octubre 2009, de acuerdo con las facturas (6802, 6821, 6815, 6829) era de 0.40 centavos y de acuerdo con la factura 6810 era de 0.45 centavos (precios sin gancho); a partir del 1° de noviembre de 2009 de acuerdo con las facturas (7423, 7398, 7443, 7442, 7322, 7314, 7327, 8237, 8015, 8268, 8267, 9288, 9271, 9291) el precio fue de 0.45 centavos, mientras que con las facturas 7403,7318, 8239 el precio fue de 0.50 (sin gancho), y de acuerdo con el anuncio o letrero colocado en el local quedó así: con gancho 0.45 sin gancho 0.50, horario lunes a domingo 8:00 am -----> 9:00 pm”.

LAVANDERIA JENNY AURORA, al ingresar al local se observa colocado a la derecha de este un anuncio impreso o elaborado a computadora sobre un pedazo de papel en que se anuncia el precio de de planchado con

gancho (0.45) y por no traer gancho (0.50) escrito en letras impresas corridas de color negro y rojo, al lado de este anuncio se observa un letrero de color blanco de mayor tamaño en el cual se detalla las piezas, el precio del planchado, lavado en seco y lavado normal escrito en letras mayúsculas cerrada de color negro, en imprenta, en donde se indica que el precio del pantalón y camisa es de 0.45 centavos (observación este precio esta escrito en marcador de color rojo a mano en un pedazo de papel colocado en el reglo de las piezas antes detalladas. Escrito en marcador negro en un pedazo de papel de se lee TRAER GANCHO.

De otro lado, se percibe que en la mayoría de los casos, los anuncios y/o rótulos, tienen identidad en su estructuración, contenido y se podría decir incluso que existe identidad en la tipografía y concepto de los mismos, todo lo cual nos lleva a deducir que entre los demandados **XIN YUN HUANG DE LUO; RONG GUI QIU; JIN CHAN HE KONG; KUNG JUNH NG; JIAN HUI CHAN ZHANG; PIN JIANG KONG MEN; XIURONG WU; RUNHONG ZENG; JINYOU WU y GAN YING CHOC (Q.E.P.D.)**, hubo un acuerdo preestablecido como dueños de las distintas lavanderías y lavamáticos, que son objeto de la demanda, por la comisión de Prácticas Monopolísticas Absolutas.

Reposan en el expediente, los informes periciales presentados por los peritos en materia económica, **MARCOS MORALES y ROCÍO GONZÁLEZ DE ADAMES**, designados por la demandante y el tribunal, respectivamente, en los que absolvieron el interrogatorio planteado por la demandante relacionado con las conductas atribuidas, en el sentido de que se trata de agentes económicos competidores en una misma área geográfica; que se define como el mercado pertinente (sectores de Cerro Viento, San

Antonio y Brisas del Golf, las cuales se ubican dentro de la Provincia de Panamá, Distrito de San Miguelito, Corregimientos de Rufina Alfaro y José Domingo Espinar). Se trata del mercado del servicio y el mercado geográfico los cuales comprenden aquellos servicios que el consumidor considera intercambiables o sustituibles por razón de sus características, precio o uso proyectado, así como las áreas en las cuales dichos agentes económicos compiten entre sí.

El perito **MARCOS DAVID MORALES**, designado por la parte actora, indica que las demandadas son competidoras entre sí al ofrecer el servicio de planchado todas, y están ubicadas dentro de la misma zona geográfica (en el área de San Antonio y Cerro Viento), donde las condiciones de competencias son homogéneas.

Por su parte, el perito designado por el tribunal, **ROCÍO GONZÁLEZ DE ADAMES**, manifestó que las empresas demandadas son competidoras entre sí, porque ofrecen el servicio de lavado y planchado de ropa, están ubicadas dentro de un área geográfica próximas unas a otras; considera el perito que hubo concierto de voluntades entre las demandadas, al confeccionar un rótulo idéntico en el que se indicaba el aumento del precio en el servicio de planchado a partir del primero (1°) de noviembre de 2009.

Las pruebas documentales presentadas permiten concluir que las sociedades demandadas son agentes económicos, entendido por tales, tanto a personas naturales como jurídicas, que operan en el mercado realizando operaciones económicas lucrativas, y encuadran dentro de la definición de proveedor que establece el numeral 1, del artículo 33 de la Ley No.45 de 2007; por lo tanto,

son sujetos de aplicación de dicha normativa, al participar como sujetos activos en la actividad económica, a la luz de lo dispuesto en el artículo 2 de la Ley citada.

Para efecto de precisar el tipo de conducta que se le imputa a la sociedades demandadas, es conveniente consignar lo dispuesto en los artículos 7 y 13 numeral 1 de la Ley N°45 de 2007:

"Artículo 7. Prohibición. Se prohíbe, en las formas contempladas en esta Ley, cualquier acto, contrato o práctica que restrinja, disminuya, dañe, impida o que de cualquier otro modo, vulnere la libre competencia económica y la libre concurrencia en la producción, procedimiento, distribución, suministro o comercialización de bienes o servicios."

"Artículo 13. Prácticas monopolísticas absolutas. Son prácticas monopolísticas absolutas cualquier acto, combinación, arreglo, convenio o contrato, entre agentes económicos competidores o potencialmente competidores, entre sí, o a través de asociaciones cuyos objetos o efectos sean cualesquiera de los siguientes:

1. Fijar, manipular, concertar, acordar o imponer el precio de venta o compra de bienes o servicios, o intercambiar información con el mismo objeto o efecto."

Como se desprende del artículo 13 arriba citado, a propósito de determinar la práctica de una conducta monopolística absoluta, debe estarse en presencia de competidores o potenciales competidores, lo cual ha quedado acreditado en este expediente, producto de la inspección así como de la prueba pericial practicada. Se trata de empresas dedicadas al lavado, secado y planchado de ropa en un momento determinado (a partir del uno (1) del mes de noviembre de 2009, en un determinado mercado.

El hecho de que los agentes económicos demandados a partir de la misma fecha <<primero (1°) de noviembre de 2009>>, brinden

los mismos servicios a los mismos precios, no puede considerarse que es obra de la casualidad. Incluso, la lectura de los propios argumentos de oposición al recurso de apelación, deja claro que por circunstancias y razones, a juicio de las demandadas, legitimantes de su actuación, acordaron el aumento en el precio del servicio que prestan y esto, sin duda alguna, se constituye en una conducta ilícita que afecta al mercado (su funcionamiento eficiente, sin distorsiones), y al consumidor (en la eficiencia o calidad del servicio que se presta y el precio que paga por el mismo).

Como se dijo, la igualdad en el precio no encuentra explicación distinta a que los demandados acordaron, negociaron e intercambiaron información para adoptar una misma decisión en cuanto al precio que cobrarían. En esta materia, dada la ilicitud de los acuerdos, es difícil pensar en que existirá prueba directa de las conversaciones, intercambios y convenios; de ahí que la prueba indiciaria predomine en este tipo de procesos. Estamos frente a un concierto de voluntades que manipula la estructura de precios, lo que en sí mismo, con total independencia del efecto, tiene carácter ilícito al afectar el interés económico general y la libre competencia.

El indicio como medio de prueba, pero que también es objeto de prueba, está contemplado en el Código Judicial en el artículo 780 cuando señala que sirven como medios de prueba los documentos, la confesión, el juramento, la declaración de parte, la declaración de testigos, la inspección judicial, los dictámenes periciales, los informes, los indicios, los medios científicos y cualquier otro medio racional que sirva a la formación de la convicción del juez.

De las Prácticas Monopolísticas Absolutas a que se refiere el artículo 5 y que describe en sus diferentes modalidades el artículo 13 de la Ley N°45 de 2007, nos encontramos ante la descrita en el numeral 1: "fijar, manipular, concertar o imponer el precio de venta o compra de bienes o servicios, o intercambiar información con el mismo objeto o efecto".

A juicio de este Tribunal de Apelaciones, asiste razón a la recurrente, pues ha quedado comprobada la comisión por las demandadas de una conducta contraria a la lícita competencia y el funcionamiento eficiente del mercado, que no sólo se concretó en el anuncio, sino que fue ejecutada en el mercado como se pudo constatar en facturas aportadas al expediente: **LAVANDERÍA Y LAVAMÁTICO EL VALLE DE CERRO VIENTO**, <<49638, 51379, 51742, 52251, 54275, 54789, 50866, 52774, 52919, 52348, 52369, 52403, 52418, 52508, 52425, 59281>>; **LAVANDERÍA Y LAVAMÁTICO MÁGICA** <<1324, 0394, 0506, 0602, 0407, 0402, 1920, 2205, 2242, 2269, 2320, 2309, 6173, 6207, 8976, 6403, 6324, 6416, 9475, 8301, 8285, 8242, 9543, 3677>>; **LAVANDERÍA EL CRUCE 4** <<1061, 1927, 2177, 2224, 2965, 3003, 3112, 3973, 4530, 4534, 8715, 9395>>; **LAVANDERÍA EL FAMOSO** <<24252, 24291, 24331, 24396, 24358, 24550, 24565, 24583, 24575, 24593, 25427, 25537, 25619, 25586, 25579, 24615, 24604, 24601, 26592, 26666, 27778, 27769, 27882, 27646, 276683, 26804 y 27731>>; **LAVANDERÍA Y LAVAMÁTICO FUXIN** <<9366, 9654, 9477, 9210, 9268, 9840, 9788, 0274, 0527, 0485, 0555, 2505, 2547, 2620, 2627, 2506, 3232, 3491, 3523, 2710>>; **LAVANDERÍA Y LAVAMÁTICO ELLY** <<5976, 5887, 5702, 6812, 6566, 6420, 7542, 8758, 8783, 8840, 8892, 7918>>; **LAVANDERÍA Y**

LAVAMÁTICO EL CRUCE N°6 <<4477, 4449, 4396, 4462, 4506, 5530, 5542, 5446, 6474, 7995, 353, 9737, 20, 286, 8430>>; **LAVANDERÍA JENNY AURORA** <<6802, 6821, 6815, 6829, 6810, 7423, 7398, 7443, 7442, 7322, 7314, 7327, 8237, 8015, 8268, 8267, 9288, 9271, 9291, 7403, 7318, 8239>>; **LAVANDERÍA Y LAVAMÁTICO GIRASOL** <<3352, 3354, 3421, 3788, 4212, 4251, 4277, 3356, 3791, 3416, 3775, 4169>>; **LAVANDERÍA Y LAVAMÁTICO LAS PRADERAS** <<5840, 6114, 6077, 5812, 7039, 7044, 6964, 7732, 8147, 8223, 9001, 9030, 9002, 7811, 8021>>; no permitiendo que fuera el libre juego de la oferta y demanda el que determinara el precio del servicio que cada agente económico cobra. Incluso, el no haberse encontrado facturas anteriores a la fecha de noviembre de 2009 en el caso de **LAVAMÁTICO GIRASOL**, de acuerdo con las pruebas aportadas, si se pudo observar en este local comercial, la existencia del letrero con el anuncio del nuevo precio a partir del primero (1°) de noviembre de 2009, (el cual es igual al resto de los letreros existentes en la mayoría de las lavanderías inspeccionadas), el cual es de B/.0.45 con gancho y de B/.0.50 sin gancho, además se pudo constatar la existencia de facturas emitidas a partir del primero (1) de noviembre de 2009, lo que no desvirtúa el hecho comprobado de que los precios no han sido establecidos por la fuerza de la oferta y la demanda, sino que se ha sumado al precio establecido o convenido. Es evidente que estos agentes económicos llegaron a un punto en el que decidieron no competir, sino mantener un mismo precio por el servicio de lavado, secado y planchado de pantalones y camisas, colaboración ésta en detrimento del interés superior de los consumidores.

Este Tribunal en Sede de Apelación ya tuvo ocasión de examinar situación similar a la que actualmente nos ocupa, en

fallo de ocho (8) de noviembre de dos mil diecisiete (2017), se señaló:

"Así tenemos, que los supuestos enumerados en el artículo 13 son ejemplos de conductas anticompetitivas, a través de las cuales, se logran encuadrar algunas de las conductas que se consideran restringen la competencia, de allí que del tipo de la norma se abren diferentes posibilidades cuando indica la forma en que puede concretarse el acto, que puede ser: "Cualesquiera combinaciones, arreglos, convenios o contratos entre agentes económicos competidores o potencialmente competidores", para posteriormente establecer los verbos a través de los cuales se pueden lograr los efectos que la norma prohíbe, el primero de los cuales se refiere a fijar, manipular, concertar o imponer el precio de venta o compra de bienes o servicios, o intercambiar información con el mismo objeto o efecto, la cual a juicio de esta Sala de Decisión ha sido comprobado en cabeza de las sociedades demandadas a través del material probatorio aportado, lo que constituye una conducta contraria a la competencia y el funcionamiento eficiente del mercado, que no solo se concretó en el anuncio, sino que fue ejecutada en el mercado, no permitiendo que fuera el libre juego de la oferta y demanda que determinara la fijación de precios por cada agente económico en particular.

Con relación a la participación de las sociedades demandadas en la conducta acusada y como signatarios de los acuerdos, ejecutados mediante letreros, carteles y escrito en paredes la fijación de los precios acordados que comprueba la actividad ilícita, es criterio reiterado de la doctrina en señalar que "...una situación en la cual una serie de firmas acuerdan no competir entre ellas con el objetivo de incrementar los beneficios conjuntos de todo el grupo. La colusión se da entre firmas que se encuentran en el mismo estadio de la cadena de producción o distribución, es decir que compiten entre ellas. Puede ser explícita o tácita, según que la conducta esté manifestada en un acuerdo o surja de comportamientos paralelos de las firmas. La literatura económica caracteriza a esta solución como "soluciones cooperativas o carteles", conductas que son favorecidas por una estructura de mercado interdependiente por el número limitado de empresas (oligopolio)". (Martínez Medrano, Gabriel. Control de los Monopolios y Defensa de la Competencia. Editorial Depalma, 2002, Pág.76).

Por su parte la doctrina también refiere las conductas que tipifican acciones anticompetitivas "...son acuerdos entre competidores para fijar precios, calidades, posturas en subastas públicas o cuotas de producción, o para distribuirse mercados y su objeto es monopolizar. Se conocen

comúnmente como prácticas horizontales, porque se dan entre empresas competidoras y constituyen las formas más nocivas al proceso de competencia." (Leonel Pereznieto Castro y Renato Roberto Guerrero Serreau. Derecho de la Competencia Económica. Oxford, México. 2002. Pág.86)."

...

Como bien lo señala la doctrina el acuerdo de precios "...es el acto más paradigmáticamente anticompetitivo y sancionado per se por la mayoría de las leyes antimonopólicas puesto que los precios constituyen el elemento central y esencial de los mercados". (CARBAJALES, Mariano O. y MARCHESINI, Dardo. Teoría y Práctica de la Defensa de la Competencia. Editorial Ad-Hoc. Buenos Aires. 2002. Pág.100)."

(Sentencia de 8 de noviembre de 2017, dictada en el proceso por Prácticas Monopolísticas Absolutas propuesto por ACODECO contra LAVAMATICO MONICA, LAVAMATICO CASA FU, LAVAMATICO Y LAVANDERIA LA CONFIANZA y otros)

Por todas las consideraciones expuestas, concluye esta Sala de Decisión que asiste razón a la demandante recurrente, puesto que ha quedado comprobada la conducta colusiva de las demandadas; y es que, no se trata de agentes económicos que toman en cuenta la tecnología, costos de producción y diversos métodos de organización del trabajo, para comportarse en el mercado de un modo estratégico que lleve a la prestación de un servicio de manera factible, eficiente y efectiva que garantice a los consumidores, el consumo del servicio al mejor precio del mercado y respete su derecho de elección como lo permite el artículo 6 de la Ley 45 de 2007.

Ante la realidad que aflora del expediente, a este Tribunal Colegiado no le queda otra alternativa que revocar la sentencia apelada, ante la existencia de indicios probados de que los entes económicos llevaron a cabo prácticas monopolísticas, en perjuicio de los consumidores.

En mérito de lo expuesto, el **TERCER TRIBUNAL SUPERIOR DE JUSTICIA DEL PRIMER DISTRITO JUDICIAL DE PANAMÁ**, administrando justicia en nombre de la República y por autoridad de la Ley, **REVOCA** la sentencia N°114-15 de treinta (30) de diciembre de dos mil quince (2015) dictada por el Juzgado Noveno de Circuito Civil del Primer Circuito Judicial de la Provincia de Panamá, dentro del proceso por Prácticas Monopolísticas Absolutas incoado por la **AUTORIDAD DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR Y DEFENSA DE LA COMPETENCIA (ACODECO)** contra **XIN YUN HUANG DE LUO (LAVANDERÍA Y LAVAMÁTICO FUXIN); RONG GUI QIU (LAVANDERÍA Y LAVAMÁTICO GIRASOL); JIN CHAN HE KONG (LAVANDERÍA Y LAVAMÁTICO EL CRUCE #6); KUNG JUNH NG (LAVANDERÍA Y LAVAMÁTICO ELLY); JIAN HUI CHAN ZHANG (LAVANDERÍA EL FAMOSO); PIN JIANG KONG MEN (LAVANDERÍA JENNY AURORA); XIURONG WU (LAVANDERÍA Y LAVAMÁTICO LA PRADERA); RUNHONG ZENG (LAVANDERÍA Y LAVAMÁTICO EL VALLE DE CERRO VIENTO); JINYOU WU (LAVANDERÍA EL CRUCE 34); y GAN YING CHOC (Q.E.P.D.), (LAVANDERÍA Y LAVAMÁTICO MÁGICA)**, y en su lugar, **DECLARA** que los agentes económicos demandados, incurrieron en la Práctica Monopolística Absoluta, contemplada en el numeral 1 del artículo 13 de la Ley N°45 de 2007, que es ilícita per se, al concertarse o coludirse con el objeto y/o efecto de fijar, manipular o imponer los precios por los servicios de planchado de camisas y pantalones en las áreas urbanas de San Antonio y Cerro Viento.

SIN CONDENA en costas de acuerdo a lo dispuesto en el artículo 1077 del Código Judicial.

NOTIFIQUESE Y CÚMPLASE,



MGDA. MIRIAM CHENG ROSAS



MGDA. AIDELENA PEREIRA VÉLIZ



**LCDA. LLOVANA DE ALONSO
SECRETARIA JUDICIAL III**