

**ESTADO LIBRE ASOCIADO DE PUERTO RICO
TRIBUNAL DE PRIMERA INSTANCIA
SALA SUPERIOR DE SAN JUAN**

Rafael (Rafo) Muñiz García de la Noceda; Josantonio Mellado Romero; Josantonio Mellado González, Antonio (Tony) Mojena Zapico; Félix Antonio Muñiz García de la Noceda; ORO Entertainment Corp.;, Edwin Vázquez Ortega; César Sainz Rodríguez; Acisum Group, Inc.; Nelson Castro Morales; Rolando Santa Báez; Peter Cruz Pizarro: Ticket Center; Ticket Plus; Fastender, Buy a Tix

DEMANDANTES

v.

AEG Management PR LLC; ASM Global Inc., Jorge L. Pérez, TiX.BY LLC h/n/c Ticketera, Manny Morales Lema; Personalidad jurídica X, Y, Z haciendo negocios como SMG; Compañías Aseguradoras A, B, C; Fulano De Tal, Personas Desconocidas "A", "B" y "C" y Compañías "A", "B", "C"

DEMANDADAS

Civil Núm.:

Sobre:

Demanda Bajo la ley de Monopolios y restricción del comercio estatal;

DEMANDA AL AMPARO DE LA LEY ANTIMONOPOLIOS

AL HONORABLE TRIBUNAL:-

Comparecen las partes Demandantes de epígrafe por conducto de la representación legal suscribiente, y muy respetuosamente expone, alega y solicita:

I. INTRODUCCIÓN

1. Los Demandantes incoan esta demanda contra los Demandados en virtud de la **Ley Antimonopolios de Puerto Rico, 10 LPRA § 258 y siguientes**, para eliminar las restricciones al comercio como más adelante se describen producto del contrato ilegal de exclusividad entre los Demandados y para recuperar los daños sufridos a causa de dichos contratos para venta de boletos primarios en las tres facilidades de conciertos más importantes de Puerto Rico.

2. Hace aproximadamente 5 años, **TiX.BY LLC** haciendo negocios como **Ticketera (Ticketera)** ha dominado los principales servicios de venta de boletos para eventos de música en vivo en las principales salas de conciertos de todo Puerto Rico.

3. El ente que se encarga de las ventas de boletos para conciertos en vivo en nuestra isla se le conoce como la expendedora. En la actualidad, Ticketera tiene una participación del mercado superior al 90 % de los servicios de venta de entradas de conciertos en vivo en Puerto Rico. Esto ha ocurrido, en virtud de una red de acuerdos y tratos exclusivos a largo plazo con las codemandadas **AEG Management PR LLC (AEG)** y **ASM Global, Inc. (ASM)**. A raíz de este acuerdo, Ticketera ostenta indubitadamente un monopolio en el mercado de venta primaria de boletos para eventos de música en vivo en la zona geográfica de Puerto Rico.

4. En esta demanda se detallan los actos anticompetitivos de los Demandados como resultado del dominio absoluto adquirido por el contrato de exclusividad.

5. Las salas principales en Puerto Rico para eventos en vivo son el Centro de Convenciones, el Coca Cola Music Hall y el Coliseo José Miguel Agrelot, comúnmente conocido como el "Choliseo". La Autoridad del Centro de Convenciones (ADCC) cedió en virtud de un contrato de exclusividad la administración y manejo de estas salas a AEG y/o ASM. El acuerdo firmado entre la ADCC y AEG/ASM tiene una duración aproximada de 5 años con una renovación automática de 5 años más. A su vez, AEG/ASM otorgaron un contrato de exclusividad con Ticketera para el expendio de boletos en las facilidades administradas por AEG/ASM.

6. El contrato de exclusividad otorgado a Ticketera por AEG/ASM creó en el acto un monopolio correspondiente a la venta de más del 90% de las entradas para conciertos en vivo en la isla se venden en las referidas facilidades. Naturalmente el acuerdo de exclusividad para el expendio de entradas restringe el libre comercio en el mercado de los servicios primarios de venta de boletos. El poder dominio que ostenta Ticketera ha permitido que esta imponga cargos por servicios mega anti-competitivos de forma arbitraria, indiscriminada e irrestricta. Estas barreras de entrada al comercio, unido a los actos anticompetitivos constantes han asegurado que la existencia del monopolio de Ticketera se ha convertido en uno inexpugnable y continuo crecimiento.

7. Según las propias expresiones de Ticketera en los medios, el acuerdo exclusivo de Ticketera con AEG/ASM ha resultado en que estos vendan más el 90%

de todos los boletos para eventos importantes en P.R. Al punto de que, a pesar de que Puerto Rico es una isla pequeña en comparación con otras regiones de los Estados Unidos, el binomio monopolista de Ticketera y AEG/ASM ocupa el décimo tercer lugar (13) en ventas para una sala principal de conciertos en toda la nación norteamericana.

8. Subsidiado por las ganancias extraordinarias competitivas que genera el negocio, la expendedora ha intensificado su conducta antimonopolista con el fin de acaparar y restringir más el mercado de la isla. Como revelare COPEP en su demanda de Sentencia Declaratoria contra la ADCC y AEG/ASM, *infra* esto es un hecho y no sólo una teoría. Últimamente, Ticketera ha informado a las facilidades y Productores, también conocidos como "venues", que no participara como suplidor de boletos en ningún evento donde tenga que dividir el inventario de ventas con otra expendedora. Siendo Ticketera el principal vendedor de boletos por internet en Puerto Rico, la mayoría de los Productores en este mercado no tiene otra opción que olvidar el competidor y usar Ticketera como su proveedor de servicios de boletos. Esta práctica insidiosa es la orden del día. Los Productores de Puerto Rico han tenido que aceptar, que negarse a vender los boletos de sus eventos con Ticketera equivale a desvanecer la oportunidad de venderlos en el mercado de forma óptima. Como resultado de la política de exclusión de expendedoras adoptada por Ticketera los Productores no pueden combinar la venta de boletos físicos con los de internet. La combinación de expendedoras normalmente resulta en una venta mayor de entradas, en precios más competitivos y eliminación de gastos chatarra.

9. La osadía y la avaricia propulsada por el poder monopolista de Ticketera ha llegado al punto del descaro. Hace poco, el del Centro de Bellas Artes de San Juan, estableció una política de apertura a todas las expendedoras. La postura dejaba al productor el camino libre a la elección de múltiples expendedoras para la venta de un solo evento. El ataque de exclusión de Ticketera no se hizo esperar. En represalia por la postura adoptada por el Centro de Bellas Artes, el Sr. Manny Morales, principal ejecutivo de Ticketera, envió una comunicación escrita al Director del Centro Bellas Artes informando que si un promotor deseaba utilizar a Ticketera como proveedor de boletos no podrá haber participación de otra expendedora. En

otras palabras, Ticketera no iba a compartir el inventario de boletos con ninguna otra competidora. Esta amenaza de todo o nada fue muy mal recibida por la mayoría de los productores que utilizan dichas facilidades. La exclusión impositiva ha desequilibrado el mercado de venta de boletos en dicho Centro también.

10. Situaciones como la antes descrita demuestran diáfamanamente que la avaricia del gigante monopolista combinado de AEG/ASM y Ticketera no tiene límites en sus "venues". Estos usan su poder de monopolio sin temor al daño o las consecuencias al mercado que sus actos puedan conllevar. Además, el comportamiento público de los Demandados en contubernio demuestra que desde el acuerdo de exclusividad todos los actos del binomio responden a una estrategia calculada para adelantar su monopolio mediante actos anticompetitivos. Como parte de estas acciones para controlar el mercado, los Demandados solo permiten el uso de sus facilidades, si los boletos se venden por Ticketera. Esto se hace a pesar de que la Ley faculta al Promotor a través del Secretario de Hacienda de Puerto Rico (Secretario de Hacienda) a vender sus boletos a través de múltiples expendedoras. Esta conducta anticompetitiva, conocida como "tying agreement" y como transacción exclusiva en nuestra Ley, impide que cualquier otro vendedor de entradas compita en el mercado primario de venta de boletos en las únicas facilidades disponibles para presentar artistas de alto calibre. Precluye a su vez que los Productores se puedan beneficiar de precios competitivos.

11. Pero el daño y los actos monopolistas se extienden mucho más allá de forzar al promotor a escoger quien va a vender su evento. El consumidor paga el precio de este monopolio también. El fanático promedio está dispuesto a obviar cargos excesivos e inclusive los cargos chatarra con tal de ver a su artista favorito. El fanatismo de los consumidores por sus artistas los convierte en presa fácil de los atropellos de Ticketera. No empecé, muchos fanáticos a través de la isla han denunciado que las tarifas excesivas que Ticketera impone a los boletos son inevitables porque no existe otra alternativa real cuando se trata de comprar una entrada para asistir a la actividad o concierto del artista o evento de su predilección.

12. Esto contrasta con lo que ocurre en los mercados abiertos a varias expendedoras. Como muestra la evidencia accesible, en mercados abiertos donde

existe la competencia entre diversas expendedoras se experimentan precios más bajos y competitivos. Además, en estos mercados libres de restricción los boletos tienen menos cargos chatarra y las tarifas de los cargos por servicio serían mucho más bajas.

13. El aumento de dinero del cargo por servicio se ha implementado de forma estratégica y dolosa. Para ocultar sus costos excesivos, Ticketera divide sus tarifas en dos tipos de cargos. Uno por la adquisición de las entradas vía internet y otro por el servicio de la venta de las entradas. Estos cargos fluctúan entre el 20 y el 30% del costo total de la compra en muchos casos. Por ejemplo, en el concierto del Artista Ricardo Arjona celebrado en el Choliseo, un boleto de entrada cuesta \$55.00. Los cargos por servicio de Ticketera por la venta del boleto totalizan \$11.75; el 21.4% del costo total del boleto.

14. No existe una verdadera justificación para la distinción de estas clasificaciones, solo duplicar los cargos. La variación en la denominación del cargo es una de cortina de humo para tomarle el pelo al consumidor.

15. Esto ha provocado en muchas instancias, que Ticketera gane más que el Promotor y el Artista cuando el evento no es un éxito de taquilla. Simple y llanamente, el monopolio de Ticketera autoimpuso una sociedad *de facto* a los Productores sin riesgo o inversión. Pase lo que pase, los Demandados siempre ganan en grande por cada boleto que se venda sin tomar ningún riesgo.

16. A pesar de los daños que causan a las expendedoras, al promotor y al consumidor, Ticketera ha continuado añadiendo "venues" en su red monopolística. El incremento de salas es el producto directo de sus actos injustos, engañosos, desleales y anticompetitivos que tienen como objetivo eliminar y/o minimizar la competencia.

17. Entre los actos depredadores que colectivamente conforman su esquema, los Demandados han llegado subrepticamente a compartir los ingresos derivados de los cargos por servicios con las facilidades. Ticketera mediante contrato le paga al "venue", entre el 30 a un 40% de lo que generan los cargos por servicios insuflados. Véase, Sentencia del Tribunal Apelativo en el caso de **TiX, BY, LLC v Municipio Autónomo de San Juan, KLRA202200158 del 22 de junio de**

2022, página. 12. Cabe precisar, que el dinero que recibe el "venue" es aparte del que recibe por concepto del "facility fee" otro cargo chatarra de recién imposición y creación. Para colmo de males, una vez se firma el contrato con Ticketera la sala está obligada a compeler al productor a incluir un cargo por "facility fee". Si el promotor decide no incluir ese cargo en su entrada, el "venue" viene obligado denegar el arrendamiento de la facilidad.¹

18. En realidad, el "kick back" al "venue" de los ingresos por servicios se usa como una herramienta para afianzar el poder de monopolio de Ticketera en el mercado de los servicios primarios de venta de entradas en las salas de conciertos importantes de Puerto Rico. Teniendo el poder de determinar indiscriminadamente el costo de sus servicios, Ticketera le puede ofrecer a la facilidad el porcentaje de los cargos por servicio que asegure la firma del contrato. Después de todo, cualquier incremento en el "kickback" se cubre metiéndole la mano en el bolsillo al consumidor. De forma tal, que Ticketera siempre tiene en su poder una oferta irrestricta que no puede ser rechazada por la facilidad. Este "kickback" se da por debajo de la mesa porque no se le informa al consumidor que verdaderamente no es un cargo por servicio. Realmente es incrementar subrepticamente el "facility fee" para el "venue" por el cual el promotor ya pago mediante el canon de arrendamiento. Este pago por debajo de la mesa se hace inclusive en violación de la **Ley para la Transparencia en el Recibo de Compra, Núm. 209 del 2016** y es ilegal porque su propósito es primordialmente anticompetitivo.

19. Solo un ente con poder de monopolio tiene este tipo de ventaja en el comercio. Los competidores moribundos de Ticketera están impedidos de ofrecer y menos igualar el "kickback" de los cargos por servicios porque para igualarlo tendrían primero penetrar la barrera infranqueable de la exclusividad.

20. Otra forma que los Demandados utilizan como arma anticompetitiva, es imponiendo limitaciones a la transferencia de boletos. Por ejemplo, si un promotor desea ofrecer sus boletos con descuento mediante un vendedor diferente especializado en ese tipo de venta, Ticketera solo permite la venta del boleto con

¹ El contrato entre Ticketera y AEG/ASM ha sido solicitado en múltiples ocasiones y estos se han negado a proveerlo.

descuento mediante un pago. Esto ha llevado a precios más altos y menos ganancias para los productores que optan por vender a descuento en plataformas como Gustazos. En un mercado libre de restricciones e inexistencia de un monopolio nadie tendría que pagar un cargo a Ticketera por la venta de boletos a descuento.

21. Este esquema anticompetitivo de los Demandados ha tenido gran éxito. Actualmente Ticketera amenaza con poner bajo su control todos los servicios de venta de boletos para las principales salas de conciertos en el mercado geográfico de Puerto Rico.

22. Los actos depredadores de los Demandados siguen en aumento. Continúan opacando la totalidad de la competencia en el mercado primario de emisión y venta de boletos en P.R. El presidente de Ticketera, el Sr. Manny Morales, ha presagiado que lo mejor está por venir. Los planes de Ticketera son acaparar lo totalidad del mercado. Armados con los acuerdos de exclusividad y alimentados por las enormes ganancias, los Demandados en contubernio continuaran intimidando, coaccionando y manipulando el mercado para que los Productores no tengan otra opción que seleccionar a Ticketera por ser la única sobreviviente en el mercado con los recursos económicos para ofrecer el servicio. El monstruo de colusión anticompetitiva ASM y Ticketera debe ser detenido. Este monopolio perjudica también a los consumidores quienes sufren el aumento sistemático de los cargos por servicio ensalzados por la inclusión de los cargos chatarra.

23. Esta demanda detalla las violaciones de las leyes Antimonopolio de Puerto Rico por parte de los Demandados. Primero, luego de un trasfondo factico, elaboramos sobre el dominio del Demandado de los principales servicios de venta de entradas para las principales salas de conciertos a través de acuerdos exclusivos. En segundo lugar, enfocaremos la conducta anticompetitiva de los Demandados para monopolizar el mercado primario de servicios de emisión de boletos para conciertos en vivo y las violaciones a la Ley Antimonopolio de Puerto Rico.

II. LAS PARTES

A. Los Legitimados Activos

24. **Rafael (Rafo) Muñiz García**, es una persona natural con capacidad para demandar y ser demandada, productor de profesión, esta cita en Zorzal 210

Montehiedra, San Juan, PR 00926; con dirección postal PO Box 193549, correo electrónico rafo@caribe.net, Teléfono 787-753-6460.

25. **Josantonio Mellado Romero**, es una persona natural con capacidad para demandar y ser demandada, productor de profesión cuya residencia cita en Caribbean Office Plaza 670 San Juan, PR 00907, Teléfono 787-720-0714.

26. **Josantonio Mellado González**, es una persona natural con capacidad para demandar y ser demandada, productor de profesión, cuya residencia cita en Caribbean Office Plaza 670 San Juan, Puerto Rico 00907, correo electrónico joseantoniomelladojr@hotmail.com, Teléfono 787-720-0714.

27. **Antonio (Tony) Mojena Zapico**, es una persona natural con capacidad para demandar y ser demandada, productor de profesión, cita en 463 Sergio Cuevas Bustamante, San Juan, Puerto Rico 00918, correo electrónico tonymojena@aol.com, Teléfono 787-641-2277.

28. **Félix Antonio Muñiz García de la Noceda** es una persona natural con capacidad para demandar y ser demandada productor de profesión, cuya residencia cita en 1447 Calle Estrella, Condado Beach Apartments, Apt. 1202 B, San Juan, PR 00907, Teléfono 787-527-5252.

29. **ORO Entertainment Corp.** es una corporación debidamente autorizada hacer negocios en PR con capacidad a demandar y ser demandada, productor de profesión, cuya residencia cita en Barrio Achiote Carretera PR-825 K1-H4, Naranjito, PR 00719, Teléfono 787-340-4949.

30. **Edwin Vázquez Ortega** es una persona natural con capacidad para demandar y ser demandada, productor de profesión, cuya dirección postal es RR#2 Box 5683-10 Toa Alta, PR 00953, Teléfono 939-639-4295.

31. **César Sainz Rodríguez** es una persona natural con capacidad para demandar y ser demandada, productor de profesión, cuya residencia cita en 208 Hija del Caribe El Vedado San Juan PR 00918, Teléfono 787-644-5666.

32. **Acisum Group, Inc.**, es una corporación debidamente autorizada hacer negocios en PR, con capacidad a demandar y ser demandada, compañía productora cuya residencia cita en Calle 2 NE Suite 1003 San Juan PR 00920, Tel 787-949-0929.

33. **Nelson Castro Morales** es una persona natural con capacidad para demandar y ser demandada, productor de profesión, cuya residencia cita en 138 Ave. Winston Churchill San Juan, PR 00926, Teléfono 787-761-4068.

34. **Rolando Santa Báez** es una persona natural con capacidad para demandar y ser demandada, productor de profesión, cuya residencia cita en 9550 Díaz Way St. Cond. Astralis 521 Carolina PR 00907, Teléfono 787-640-2368.

35. **Peter Cruz Pizarro** es una persona natural con capacidad para demandar y ser demandada, productor de profesión, cuya residencia cita en H-679 Trinidad Ext. Forest Hills Bayamón PR 00960

36. **Ticket Center, Inc.** es una corporación debidamente autorizada hacer negocios en PR, con capacidad a demandar y ser demandada, y se dedica al expendio de boletos para espectáculos públicos en Puerto Rico. Cita en 525 Ave. Franklin Delano Roosevelt San Juan PR 00918, teléfono: 787-622-4555.

37. **Ticket Plus Puerto Rico Inc.** es una corporación debidamente autorizada hacer negocios en PR, con capacidad a demandar y ser demandada, y se dedica al expendio de boletos para espectáculos públicos en PR, cita en 52 Méndez Vigo Oeste Mayagüez PR 00680 teléfono: 787-208-5000.

38. **Fastender Coliseum & Cinema Corp.**, es una corporación debidamente autorizada hacer negocios en PR, con capacidad a demandar y ser demandada, y se dedica al expendio de boletos para espectáculos públicos en Puerto Rico, cuya residencia cita en 525 Ave. Franklin Delano Plaza las Américas local 325 San Juan PR 00918, teléfono: 787-460-4559.

39. **Buy a Tix Corp.**, es una corporación debidamente autorizada hacer negocios en PR Con capacidad a demandar y ser demandada, y se dedica al expendio de boletos para espectáculos públicos en Puerto Rico, cuya residencia cita en 633 Calle Lirio de Paz Las Flores de Montehiedra, San Juan PR 00920, teléfono: 787-419-3000.

B. Demandados

40. **AEG Management PR LLC** es una compañía de responsabilidad limitada autorizada a hacer negocios en Puerto Rico, que fue contratada por la Autoridad del Distrito del Centro de Convenciones para administrar ciertas

facilidades. Dicha entidad jurídica tiene capacidad para demandar y ser demandada. Las oficinas de esta entidad se encuentran localizadas en 100 Convention Blvd., San Juan Puerto Rico 00907.

41. **ASM Global Inc. ("ASM")** es una corporación que, por información y creencia, no está autorizada a hacer negocios en Puerto Rico, pero, sin embargo, por voz de la Lcda. Mariela Vallines Fernández, directora ejecutiva de la Autoridad del Distrito de Convenciones de Puerto Rico, es la entidad que, de facto, administra y maneja las facilidades pertenecientes a dicha Autoridad. Dicha entidad tiene oficinas en el Coliseo José Miguel Agrelot conocido como el Choliseo y también en 100 Convention Blvd., San Juan, Puerto Rico 00907.

42. **Jorge L. Pérez** es un individuo con capacidad para demandar y ser demandado, que es el gerente general regional de AEG y/o ASM Global. Esta persona esta domiciliada en Puerto Rico y conduce los negocios de AEG/ASM Global desde las oficinas ubicadas en 100 Convention Blvd., San Juan, Puerto Rico 00907.

43. **TiX, BY LLC h/n/c Ticketera, (Ticketera)** es una compañía de responsabilidad limitada organizada y existente bajo las leyes del Estado Libre Asociado de Puerto Rico con su domicilio comercial principal en AON Center, 304 Ponce de León Ave., Piso 10 Suite 1016, San Juan, PR 00918.

44. **Manny Morales Lema** es un individuo con capacidad para demandar y ser demandado, que es socio principal o dueño de la demandada Ticketera que reside en AON Center, 304 Ponce de León Ave., Piso 10 Suite 1016, San Juan, PR 00918.

45. Personalidad jurídica X, Y, Z haciendo negocios como **SMG** es una entidad jurídica organizada bajo las leyes de algún estado de la nación norteamericana con capacidad para demandar y ser demandada. Su dirección física se desconoce. Esta entidad actualmente está manejando o en el pasado manejó las facilidades del Centro de Convenciones, Coliseo José Miguel Agrelot, y el Coca Cola Music Hall.

46. Se designa con el nombre ficticio de COMPAÑÍAS ASEGURADORAS A, B, C a todas las compañías aseguradoras cuya identidad se desconoce en estos momentos que hayan emitido pólizas a favor de los Demandados que cubran las reclamaciones presentadas en este caso.

47. Se designa con el nombre ficticio de FULANO DE TAL a todas las demás personas naturales o jurídicas cuya identidad se desconoce en la actualidad que puedan ser responsables ante la demandante por las reclamaciones interpuestas en esta Demanda.

48. Se incluyen a las Personas Desconocidas "A", "B" y "C" son los Co-Demandados desconocidos que responden por los daños, de la legitimada activa. Tan pronto se conozca de su identidad, su nombre será sustituido conforme a derecho.

49. Se incluyen las Compañías "A", "B", "C" son las compañías codemandadas desconocidas que responden por los daños, de la legitimada activa. Tan pronto se conozca de su identidad, su nombre será sustituido conforme a derecho.

III. JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA

50. La jurisdicción de este Honorable Tribunal para atender el presente Demanda emana del **Artículo 12 de la Ley Antimonopolística de Puerto Rico** y de la Regla 2, 3 y 4 de las de Procedimiento Civil, 32 LPRA Ap. III. R. 2-4.

51. En cumplimiento con la Ley de la Judicatura de 2003, el demandante informa que este Honorable Tribunal tiene jurisdicción sobre la materia objeto de estas causas de acción a tenor con los Artículos 5.001 y 5.003 de la Ley Núm. 201 de 22 de agosto de 2003, según enmendada, también conocida como la ley de Judicatura de Puerto Rico de 2003, por ser éste un asunto cuya materia es de carácter civil.

52. Conforme a las Reglas de Procedimiento Civil de 2009, Ley Núm. 220 de 29 de diciembre de 2009, Reglas 3.1(a)(1) y 3.5, este Honorable Tribunal es competente para atender la presente causa de acción toda vez que el demandado los Demandados operan su negocio en la ciudad capital de San Juan Puerto Rico.

IV. TRASFONDO FACTICO DE LA INDUSTRIA DE LA MÚSICA EN VIVO

53. A un alto nivel, los componentes de la industria del entretenimiento de música en vivo incluyen lo siguiente:



54. Los artistas son el atractivo de un evento de música en vivo e impulsan la demanda de los servicios de cada eslabón subsiguiente.

55. El manejador de artistas actúa como el gerente general de las actividades comerciales de un artista, asesorando en algunas o todas las fases de la vida profesional del artista (giras, apariciones, acuerdos de grabación, publicidad, patrocinios, etc.). Los manejadores a menudo reciben un porcentaje de todos los ingresos o ganancias que percibe el artista.

56. El manejador o el agente de concertación de espectáculos contratan con los Productores o productores, para estipular las condiciones de pago del artista como compensación por sus presentaciones en vivo. Por lo general, los agentes que conciertan un espectáculo con el manejador o artista reciben un porcentaje los ingresos del artista o una cifra acordada por las presentaciones en vivo.

57. El promotor es responsable de promocionar y a veces producir el concierto al público, lo que requiere diferentes tipos de trabajo. El promotor normalmente recibe las ganancias de ingresos brutos derivados de la venta de boletos para cada concierto que promueve y es responsable de pagar el artista, a la facilidad y otros gastos asociados con la producción del evento. Por ejemplo, el promotor contrata al artista para la presentación (a menudo garantiza a los artistas más populares millones de dólares por esa presentación o una gira nacional), generalmente contrata al lugar o facilidad (o usa sus propios lugares), paga al operador del lugar del concierto una tarifa fija (pago de alquiler) para albergar el concierto en el lugar, escoge su expendedora de boletos, organiza los servicios de producción local y anuncia y comercializa el concierto. El promotor asume el riesgo económico de un evento. Si las entradas se venden bien obtiene el beneficio económico que divide con el artista, si no vende asume las pérdidas, usualmente solo el promotor.

58. En Puerto Rico, antes de cualquier evento, el promotor tiene que refrendar en el Departamento de Hacienda ("Hacienda") el evento que va a colocar a la venta. Conforme a la **Ley de Productores de Espectáculos Públicos, Ley**

182-1996², y la Ley del Colegio de Productores de Espectáculos Públicos de Puerto Rico, (COPEP) Ley 113-2005³, el promotor de un espectáculo público en Puerto Rico es la única persona facultada a escoger su expendedora de boletos, toda vez que refrenda los boletos en Hacienda y escoge las boleterías en ese momento. El refrendo de los boletos está regido por el Código de Rentas Internas de Puerto Rico, Ley 1-2011⁴, según enmendado. Los Demandantes entienden que, según dispone la Ley 182, *supra*, una vez Hacienda emite su refrendo, y el productor escoge sus expendedoras, la facilidad pública del Estado (manejada por AEG/ASM) viene obligada acatar la elección del productor de las expendedoras avaladas por Hacienda. Conforme a los postulados de la Ley, la responsabilidad de todos los aspectos relacionados a la creación, contratación, venta y cobro de un espectáculo público recae de forma exclusiva en el Promotor de Eventos Especiales.⁵

59. A tenor con lo dispuesto por la Ley, previo a la celebración de un espectáculo público, el cual necesariamente conlleva la venta de boletos, el productor tiene que llevar a cabo lo siguiente:

- a) obtener una licencia como promotor de espectáculos públicos, lo cual le requiere colegiarse en el Colegio de Productores de Espectáculos Públicos;
- b) obtener y presentar una fianza que garantice el pago de impuestos, multas, intereses y penalidades sobre artículos de uso y consumo;
- c) someter una planilla informativa de refrendo ante el Departamento de Hacienda en la cual se incluye la siguiente información:
 - i) nombre de artistas principales que se estarán presentando en el espectáculo público;
 - ii) cantidad de boletos a ser vendidos, así como sus respectivos precios de venta. Para fines de este inciso, el precio de venta no incluirá descuentos a concederse por el promotor ni cargos por servicio cobrados por compañías expendedoras de boletos;
 - iii) cantidad de boletos de cortesía;

² 15 LPRA sec. 2001 et seq.

³ 15 LPRA sec. 2011 et seq.

⁴ 13 LPRA sec. 30011 et seq.

⁵ Dicha figura está definida en el inciso, (f):

(f) Promotor de espectáculos públicos — persona natural o jurídica, doméstica o extranjera, que promueva u organice la celebración de un espectáculo público que conlleva la búsqueda del local y los contratos y se encarga de su fase administrativa y publicitaria.

- iv) período en el cual serán vendidos los derechos de admisión para el espectáculo público;
- v) evidencia de fianza global vigente;
- vi) cualquier otro requisito que el disponga el Secretario de Hacienda.

60. El refrendo se hace mediante la radicación de una Planilla Informativa utilizando el Sistema Unificado de Rentas Internas (SURI) a través de la cuenta de Registro de Comerciantes. El Promotor es quien único tiene acceso a la planilla de refrendo. La planilla en cuestión le indica al Departamento de Hacienda, cuál será al método utilizado por el productor para la venta de los boletos, para lo cual dicho productor tiene la opción de utilizar una expendedora -lo más usual-, y/o a través de un boleto físico.

61. Solamente se pueden escoger expendedoras autorizadas según un listado en SURI. Cabe señalar que el promotor no tiene que necesariamente escoger una expendedora para vender sus boletos. La Ley 205-2016 faculta al promotor a vender los boletos por conducto de una aplicación móvil. Cuando se trata de la venta de un boleto físico, el productor tiene que someter a SURI el primero y último boleto que se colocarán a la venta de forma digitalizada.

62. Sometida la Planilla Informativa del refrendo el promotor recibe un acuse o certificación de sometida pero no procesada. Una vez se atiende y verifica el Refrendo por Hacienda, se recibe una notificación posterior con número de autorización indicando que la Planilla informativa fue procesada. Es entonces que el productor puede colocar para la venta y promocionar el evento que pretende llevar a cabo. Aclarándose que solo se requiere que la planilla sea sometida para poder comenzar la venta de los boletos; o sea, no tiene que estar procesada para poder comenzar con la venta de los boletos.

63. Luego de que se obtiene la notificación indicando que la Planilla fue procesada por el Departamento de Hacienda, el promotor entonces va a la facilidad donde se celebrará el evento, muestra o somete el refrendo y el mismo es vinculante particularmente en lo relacionado a la forma y manera en que se venderán los boletos. Así las cosas, tanto el productor, como la facilidad, vienen obligados a acatar los términos del refrendo según aprobado y procesado por el Departamento de Hacienda. Cualquier cambio al refrendo conlleva la obligación de enmendar la

planilla y volverla a someter. La enmienda al refrendo solo puede hacerla el productor.

64. Ninguna facilidad tiene autoridad en ley para solicitar o presentar por sí o a nombre del productor, una Planilla Informativa solicitando o enmendando un refrendo. La responsabilidad por el refrendo y sus consecuencias son intransferibles, recaen exclusivamente sobre el promotor. Solo el productor le responde Hacienda por las obligaciones contributivas que el evento genere.

65. Conforme lo anterior, el promotor de espectáculos es quien determina en qué facilidad se va a realizar el evento y cómo se promoverá el mismo. En el caso en que un evento se suspenda, el promotor viene obligado a reembolsar el importe de los boletos a todos los consumidores dentro de un periodo de 15 días. Para tener derecho al reembolso, el consumidor tiene que solicitar el mismo dentro del término de 7 días desde que se declara la suspensión.⁶

66. Los Demandados han privado al productor de su autoridad y responsabilidad delegada por Ley para la venta, expendio y cobro de boletos, sin eliminar el carácter punitivo y la responsabilidad vicaria que tienen. Con esta acción, los actos de los Demandados impiden que el productor ejerza su profesión y maneje sus boletos de la forma establecida por ley, sin embargo, toda responsabilidad punitiva recae sobre este. Todo lo anterior, en perjuicio de los productores y consumidores.

67. Los operadores de salas de conciertos dan el acceso y mantienen las instalaciones donde se realizan los conciertos y supervisan los servicios asociados al lugar, tales como concesiones, estacionamiento y seguridad. Junto con una tarifa de alquiler recibida del promotor, los lugares generalmente toman una parte de los

⁶ La ley también establece en su Artículo 5. — Obligación del promotor

En caso de suspensión del evento artístico, ya sea por caso fortuito o por cualquier otro motivo, el promotor estará en la obligación de reembolsar el importe de los boletos a los consumidores que hayan adquirido los mismos dentro de un período de 15 días siguientes a la fecha de suspensión. Dentro del período de los quince (15) días, previamente mencionados, el promotor proveerá al consumidor un mínimo de siete (7) días para que éste pueda solicitar el reembolso. Deberán estar disponibles durante ocho (8) horas laborables incluyendo sábado, de manera que facilite al consumidor la solicitud del reembolso sin que tenga que ausentarse de su empleo. Asimismo, vendrá obligado a dar avisos por prensa, radio o televisión de la suspensión del evento artístico. Disponiéndose, que dará aviso durante horas razonables en los medios antes señalados sobre las fechas, horarios y lugar donde se reembolsará el dinero.

ingresos de las concesiones, el estacionamiento y las ventas de mercadería de artistas. De estos ingresos no participa el promotor.

68. Las codemandadas AEG/ASM también han comenzado a dividirse los cargos por servicio que cobra la expendedora Ticketera. Por lo tanto, al igual que el promotor, cuantos más boletos se vendan (y más clientes asistan al lugar), más dinero gana el operador del lugar del concierto en gran parte por el "kickback" oculto y por debajo de la mesa derivado de las tarifas de servicio de Ticketera. A esto se suma el cargo ilegal del "facility fee". Para añadir insulto a la injuria, el consumidor paga por el IVU de los cargos que se les impone cuando debería ser quien percibe el ingreso por servicio otorgado. Esto es una prueba más del poder impositivo del monopolista. Es obvio que quien tiene que pagar el IVU debería ser la expendedora porque es un ingreso que está percibiendo la expendedora por un servicio ofrecido. Sin embargo, el control absoluto de los cargos en el boleto le permite pasarle la exacción al consumidor.

69. En cuanto a la venta de entradas, los operadores de salas de conciertos conforme a la ley de Puerto Rico no deben tener ninguna injerencia en la determinación de quien se escoge para vender los boletos del evento.

70. Las expendedoras de venta de boletos básicamente administran y venden el inventario principal de boletos para eventos que el promotor decide realizar. Los principales proveedores de servicios de venta de entradas (expendedoras) crean sistemas de administración de inventario. También brindan el servicio de atención al cliente, proveen la tecnología (y el personal) para permitir que los productores vendan entradas a través de la boletería virtual o física y colocan los boletos a la venta a través del Internet y llamadas telefónicas y/o tiendas ubicadas en distintos lugares.

71. En general, el precio que paga un consumidor en la compra de una entrada principal generalmente incluye el "valor nominal" de la entrada (que generalmente lo establece el artista y el promotor), y los cargos adicionales que se le añadan al valor nominal de la entrada. mientras más cargos nominales se añadan más ganancias genera Ticketera por cada boleto vendido al consumidor. La mayoría de estos cargos están dentro del control y entera discreción de los Demandados de

forma ilegal. Como se indicó, estas tarifas generalmente las cobra, recibe y retiene la expendedora de boletos, aunque se dividan con el operador de la sala del concierto posteriormente.

72. Como sabemos AEG/ASM contrataron a Ticketera para ser la expendedora exclusiva de las 3 salas de conciertos principales de Puerto Rico. Estos contratos son a largo plazo pueden durar una década o más. En la actualidad Ticketera controla las facilidades de mayor envergadura y vende más del 90% de todos los boletos de espectáculos públicos que se celebran en Puerto Rico. Este poder de monopolio ha permitido que Ticketera tenga una tasa de renovación de sus servicios casi perfecta en lo que respecta a sus contratantes AEG/ASM porque no existe competencia real o efectiva cuando expira el contrato de exclusividad.

73. Con el fin de inducir a los propietarios/gerentes de las salas de conciertos a celebrar dichos acuerdos de carácter exclusivo, Ticketera ofrece pagos supra competitivos que pueden ascender a los millones de dólares condicionados a dicha exclusividad. Ese incremento en el pago mediante un "kickback" actúa como una barrera de entrada al mercado a los competidores más pequeños que no pueden ofrecer esa cantidad de dinero. Esto obra como un mecanismo restrictivo adicional para mantener el dominio de Ticketera.

74. Como dijimos, las expendedoras por lo general no fijan el precio del boleto; esa decisión queda en manos del promotor y a veces del artista. Este no es el caso con Ticketera. En la practica el boleto que compra el consumidor cuando Ticketera es la expendedora contiene los cargos que los Demandados agregan, para su propio beneficio. Estos cargos también se incluyen en las transacciones de compra de boletos a descuento. Esto permite que Ticketera se beneficie en la compra de cualquier boleto provea o no los servicios de la venta de la entrada. La suma de todos estos cargos puede incrementar el valor nominal del boleto en de un 20% a un 30%.

IV. LOS DEMANDADOS DOMINAN EL MERCADO DEL EXPENDIO DE BOLETOS PARA CONCIERTOS EN VIVO EN PUERTO RICO.

A. Los servicios para el expendio de boletos en las principales salas o facilidades de conciertos constituyen un segmento único en el mercado de la venta de boletos para espectáculos en vivo.

75. Una sala principal de conciertos es una instalación adecuada para albergar eventos de los artistas más exitosos o de primera envergadura. Debido a la demanda popular de eventos con artistas de primera, las salas principales de conciertos generan un mayor volumen de ventas de entradas, venta de mercancías y concesiones que otros lugares. Las salas de conciertos principales acomodan por lo general, una mayor capacidad de asientos, son bajo techo y estén ubicadas más cerca de las principales áreas metropolitanas. Este es el caso del Coliseo de Puerto Rico José Miguel Agrelot Centro de Convenciones y Coca Cola Music Hall los últimos dos ubicados en el Distrito del Centro de Convenciones. En estas salas principales de conciertos los conciertos de música en vivo, eventos deportivos y otros eventos que requieran una mayor capacidad de asientos son usuales.

76. Dentro de la categoría de servicios de venta de entradas para conciertos, las principales salas de conciertos constituyen un segmento separado, diferenciado y único. Las principales salas de conciertos albergan los espectáculos musicales más importantes de la industria. Los artistas exigen este tipo de sala basados en sus características arquitectónicas y operacionales. Bombardeados por miles de fanáticos que luchan por conseguir asientos para actuaciones de primer nivel los espectáculos que presentan artistas superestrellas se agotan en minutos. Esto exige que las expendedoras que dan servicio a estos lugares deben estar equipadas para manejar el tráfico súbito masivo en línea. En Puerto Rico Ticketera es una de las pocas expendedoras con la capacidad y equipos sofisticado para proveer el servicio.⁷

77. Los artistas y sus representantes también reconocen que las principales salas de conciertos son una categoría distinta y única dentro de la música en vivo. La sala principal bajo techo de grandes estrellas en Puerto Rico es el Coliseo. Como sala de conciertos en Puerto Rico el Coliseo es insustituible por su capacidad de asientos, por ser una facilidad moderna a la par con las mejores del mundo, por estar bajo techo con sistema de aire acondicionado, por la logística del estacionamiento, por el fácil acceso del "venue" en medio de la metrópolis principal de Puerto Rico y por los adelantos tecnológicos y acústicos que ofrece la sala.

⁷ Como señalare el Departamento de Justicia de EE. UU. en su Declaración de Impacto Competitivo del 25 de enero de 2010 sobre la fusión de Ticketmaster-Live Nation Entertainment, "las principales salas de conciertos requieren servicios primarios de venta de entradas más sofisticados que otros lugares".

Dentro de la capacidad específica de una audiencia entre 5 mil y 15 mil fanáticos, no hay otra opción como "venue" en nuestra demarcación geográfica. No existe otro mercado geográficamente cercano o producto sustituible que reemplace el Choliseo. Todas las super estrellas norteamericanas o mundiales que han venido a Puerto Rico se han presentado en el Choliseo. El Choliseo es considerado por los artistas como la facilidad más importante de Puerto Rico porque la imagen del artista se engrandece al presentarse en este "venue". Los artistas y manejadores de la industria se hacen eco de esta perspectiva. Muchos de ellos se consideran logrados si pueden presentar su espectáculo en el Choliseo. Como solo Ticketera puede vender boletos en esta sala, el contrato de exclusividad equivale a la entrega de un monopolio.

b. Ticketera domina el mercado de ventas iniciales de las salas de conciertos en vivo de artistas de mayor envergadura en Puerto Rico.

78. Desde que obtuvo el acuerdo exclusivo con AEG/ASM; Ticketera ha dominado el mercado de la venta de boletos primarios. Este dominio ha aumentado en los últimos 2 años en gran parte por actos anticompetitivos recientes. Veamos.

a. Ticketera adquirió a Ticket Pop (uno de sus principales competidores), y los sacó como competidor del mercado. También ejerció su opción de renovar el contrato con AEG/ASM por 5 años más. No empujó a esto, varios productores han intentado penetrar la barrera de la venta exclusiva de Ticketera presentando un refrendo válido con otras expendedoras. Estos esfuerzos han resultado fútiles, pues Ticketera no ha aceptado el refrendo con múltiples expendedoras.

b. Como resultado directo del contrato de exclusividad, Ticketera vende más el 90% de todos los boletos para conciertos de música en Vivo en P.R. Según datos provistos por ASM en una conferencia la Universidad del Sagrado Corazón, el Choliseo ocupa el décimo tercer lugar (13) en ventas para una sala principal de conciertos en toda la nación norteamericana. Esto a pesar de que Puerto Rico es una isla pequeña en comparación con otras regiones de los Estados Unidos.

c. El control porcentual del mercado no es el único indicador del poder de monopolio de Ticketera. Los ingresos de Ticketera son mayores que los ingresos de todos los demás competidores de forma conjunta según la información disponible. Además, aunque un pequeño número de otros competidores primarios de venta de boletos intentan competir contra Ticketera en lugares no controlados por los Demandados, cada día que transcurre Ticketera incrementa vertiginosamente el número de facilidades y eventos que participa y controla como expendedora.

d. Por eso, no nos toma por sorpresa que Ticketera ostente el número mayor de venta de boletos de espectáculos en el centro de Bellas Artes de San Juan y de Caguas. Dicho sea de paso, Ticketera ha instalado una ventana de boletaría en el mismo centro de Bellas Artes de Caguas ninguna otra expendedora tiene una ventana de boletos allí.

e. Antes del contrato de exclusividad en los "venues" controlados por AEG/ASM, a los Productores se les permitía vender entradas a través de cualquier expendedora con licencia del Estado. Desde que Ticketera entró al mercado se ha levantado una barrera impenetrable a otras expendedoras.

f. Poco después del acuerdo entre Ticketera y AEG/ASM (el segundo operador o administrador de salas más grande de Estados Unidos.), nadie ha podido competir con Ticketera.

g. AEG/ASM defienden a capa y espada su alegado derecho a escoger la expendedora, pues de esta manera garantizan la mayor cantidad de ingresos posible. En este entorno monopolista el productor y el consumidor deben atenerse a lo que los Demandados determinen en cuanto a la venta de boletos.

h. El "kickback" que Ticketera les paga a las salas asciende a muchos millones de dólares. Esto opera como una barrera de entrada al mercado, pues las expendedoras no tienen la capacidad económica para igualar la oferta que Ticketera puede hacer. En última instancia, Ticketera puede ofrecer lo que el "venue" pida, pues la oferta mejorada del "kickback",

que hasta ahora no ha probado tener límites, proviene de aumentos a los cargos por servicio que paga el consumidor.

i. Los contratos exclusivos a largo plazo con la sala de conciertos también incrementan el poder en el mercado y barreras de entrada a la competencia debido a su duración y ubicuidad. Los acuerdos exclusivos de Ticketera con las salas de concierto son fáciles de extender por periodos de diez años mediante opciones y notificaciones de clientes de subastas fatulas sin autoridad en ley.

j. Varios productores han intentado vender su propio inventario de boletos mediante el uso del software de Ticketera y estos se han negado a otorgar la licencia. El ofrecimiento del uso de la plataforma es discriminatorio. Solo se les otorga a productores con gran exposición y poder promocional en el mercado. Este ofrecimiento discriminado constituye otra barrera de entrada al mercado de otros productores y expendedoras restringiendo aún más la competencia.

k. Ticketera también ha entrado en varios acuerdos exclusivos a largo plazo con Productores de conciertos de renombre para usar su plataforma de ventas bajo el nombre del promotor a cambio de un porcentaje.

l. Además la entrada al mercado del expendio de boletos de por si es muy costosa y requiere de mucho tiempo y tecnología. Esto constituye otra barrera de entrada sustancial a los competidores. De forma tal, que para competir en el mercado una expendedora debe operar de manera eficiente los sistemas informáticos de software y hardware. Solo así puede desarrollarse una capacidad de ventas en la que el público pueda confiar. Además, para las principales expendedoras en el mercado actual, la empresa debe poseer la capacidad económica para realizar y proporcionar pagos sustanciales de manera expedita. Dadas estas exigencias básicas del negocio, resulta difícil crear y desarrollar de un día para otro este conjunto de habilidades comerciales para poder competir con el gigante Ticketera y AEG/ASM.

m. Otra situación que refleja diáfananamente el poder de Ticketera en el mercado lo es el control absoluto que tiene sobre el precio del costo se sus

servicios. En el presente Ticketera ofrece sus servicios como expendedora a precios supra competitivos, pues con el contrato de exclusividad no existe manera de que otras expendedoras compitan por una mejor tarifa. No existen restricciones efectivas sobre la capacidad de Ticketera para cobrar estas tarifas supra competitivas porque los consumidores no tienen otra opción que comprar su asiento en línea. Esto poco a poco los va acostumbrando a las compras en línea a través de aplicaciones móviles o por medio del internet. Esto le va restando importancia y eliminando del mercado a las expendedoras que venden entradas de boleterías físicas y en metálico. Hoy día los cargos por servicios del boleto pueden llegar hasta 30% del costo total de la entrada.

n. Según información y creencia, Ticketera es un proponente para que solamente se puedan vender los boletos para espectáculos públicos sin utilizar el dinero en efectivo. Sus esfuerzos lo han llevado a cabildear y apoyar leyes en la legislatura para que solo se puedan vender boletos de entrada de forma virtual eliminando el uso del "cash". Esto desaparecería del mercado otras expendedoras que aun realizan ventas físicas utilizando la moneda en metálico.

l. El poder de monopolio de Ticketera ha permitido que esta imponga cargos por servicios supra competitivos de forma arbitraria, indiscriminada e irrestricta. Por ejemplo; un boleto de \$55.00 en El Monero Café Teatro & Bar por lo general tiene un cargo por servicio de \$3.00. Empero, un boleto de \$55.00 dólares en el Choliseo tiene un cargo por servicio de más de \$10.00. La razón para tal diferencia es obvia. En el Choliseo, Ticketera puede a su antojo imponer los cargos que quiera, pues el fanático tiene que pagar lo que determine la expendedora para ver su artista favorito porque tiene un monopolio. El fanático cautivo: no tiene otra opción.

V. MERCADO GEOGRÁFICO RELEVANTE

79. Puerto Rico es el ámbito geográfico relevante del mercado de servicios de emisión y venta de boletos para conciertos en vivo. Los Productores normalmente contratan los servicios para expendio de boletos dentro de Estado Libre Asociado de

Puerto Rico y los suplidores de este servicio están ubicados en Puerto Rico y regulados y licenciados por el Departamento de Hacienda.

80. De ahí, que el ámbito geográfico del mercado de servicios de promoción de conciertos para las principales salas de conciertos sea Puerto Rico. Así mismo, los artistas buscan Productores de conciertos que operen dentro de la demarcación geográfica de Puerto Rico.

81. Los Demandados tienen todas sus redes de promoción establecidas en la isla y rinden sus servicios como facilidad y expendedora en la isla de Puerto Rico. El monopolio de Ticketera producto del acuerdo de exclusividad con AEG/ASM está ubicado en Puerto Rico.

VI. LAS PRÁCTICAS ANTICOMPETITIVAS DE LOS DEMANDADOS

82. Las prácticas anticompetitivas de los Demandados han detenido la competencia en el mercado de servicios primarios de venta de entradas para los principales lugares de conciertos de música en vivo en Puerto Rico.

83. Los actos de Ticketera para adquirir y mantener su poder de monopolio fueron diversos y nefastos para la competencia en el mercado del expendio de boletos. Primero, adquirió mediante contrato ilegalmente la exclusividad de las tres facilidades principales de conciertos en Puerto Rico. Ticketera alega que obtuvo este contrato de buena lid al participar en un "request for propousal" (RFP) que realizare ASM. Las principales expendedoras como Ticketcenter aseveran que nunca fueron notificadas de esta requisición de propuesta. Naturalmente Ticketera se le confiere el contrato de exclusividad, sin haberse presentado ninguna propuesta de otros competidores.

84. Por otro lado, muchos cuestionan la legitimidad de este proceso pues el Sr. Eduardo Cajina, gerente general de ASM para ese entonces, terminó trabajando para Ticketera aproximadamente 3 meses después del RFP, ocupando la posición de Principal Oficial de Operaciones. ¿Se supone que lo acontecido fuese por mera casualidad y no por diseño? ¿Los Productores de la industria podríamos ser tan inocentes como para creer lo que nadie más creería: que el Sr. Cajina terminó en Ticketera por mera casualidad?

85. Ticketera alega que adquirió en buena lid el contrato de exclusividad porque el mismo se obtuvo como resultado de una solicitud de requisición de propuesta ("RFP") hecha por ASM para servicios de venta de entradas. Empero, el hecho de que el contrato de Ticketera se haya otorgado como resultado de una licitación, no lo hace lícito. Maxime, cuando AEG/ASM no tiene derecho alguno de celebrar una licitación sobre un evento que no produce. Como anticipamos en el trasfondo, el Promotor es el único que tiene derecho a celebrar una licitación para escoger la expendedora de un evento pues es quien promueve y produce el evento. El "RFP" aunque se vea bien desde el punto de vista de relaciones públicas, constituye otra práctica monopolística. El espejismo del RFP es una usurpación enmascarada de los poderes conferidos por ley al promotor para crear un monopolio con la expendedora de su predilección. Si alguien tiene derecho a celebrar una licitación por los servicios de expendedora sería el promotor conforme a la ley porque es quien produce el evento.

86. Para fines puramente argumentativos, partamos de la premisa equivocada que AEG/ASM tienen derecho a escoger la expendedora de los eventos que no refrendan, producen, ni tributan. El efecto nocivo a la competencia en el mercado sería el mismo. Ganar la licitación equivale a tener un contrato de exclusividad. Indistintamente de que se adquiriera el contrato de forma legal o ilegal la exclusividad confiere el dominio absoluto en el mercado principal de servicios de emisión de boletos, creando un monopolio *de facto*. La situación se agrava porque el que adquirente, previo del contrato, no tiene un riesgo real de perder la licitación. Su poder en el mercado le faculta a ofrecer cuanto sea necesario al *venue* para ganar la subasta y dominar el mercado.

87. La razón estriba en que la licitación no crea un riesgo real de que Ticketera pierda en la subasta, pues con el control de los precios puede ofrecerle cualquier cosa a la facilidad y ese incremento en el costo de los boletos se lo pasa al consumidor. Además, ASM/ADCC según información y creencia no van a celebrar otro RFP hasta el año 2029 o 2030. Ticketera se llevó el último RFP's; sin tan siquiera la existencia de una oferta de las otras expendedoras registradas en Hacienda.

88. En segundo lugar, Ticketera comenzó a pagarle a las facilidades parte de los cargos por servicio que ellos imponen al consumidor para la compra de los boletos. El "kickback" fluctúa entre un 30% a un 60% del cargo por servicio de venta. De manera que la facilidad termina generando como mínimo un 30% de los cargos por servicios. Estos cargos no tienen justificación alguna, pues el productor le paga un canon de arrendamiento a la facilidad por el uso de las instalaciones. Se supone de acuerdo con la ley que el canon de arrendamiento cubra todos los gastos operacionales de la facilidad. Por tanto, el "kickback" es solo una estratagema o engaño para cobrar cargos excesivos e innecesarios al consumidor. Demás está decir, que el comprador del boleto está completamente ajeno a todo lo mencionado cuando compra el boleto. Por eso, catalogamos este pago como uno ilegal, injusto, engañoso y por debajo de la mesa. Ninguno de los Demandados quiere revelar públicamente el porcentaje que le devuelve a las facilidades de los cargos por servicio. Han preferido dejar por debajo de la mesa su estafa.

89. El pago por debajo de la mesa fortalece el monopolio, pues la facilidad va a otorgar el contrato a la expendedora que más dinero le ofrezca. Esto a pesar de que el pago sea conforme a la Ley de Transparencia injusto, ilegal e inmoral por engañar y estafar al consumidor quien no sabe que oculto en el cargo por servicio hay otro "facility fee". Y es que se está cobrando una tarifa adicional por un costo operacional. Bajo este esquema el productor y el consumidor pagan por la renta de la sala de conciertos. El costo operacional debería ser solo el productor. Esta es la razón primordial por la cual los cargos por servicio seguirán incrementando bajo el entorno del monopolio.

90. Tercero, la centrifuga económica puesta en marcha por el "kickback" es imparable. Ticketera solo tiene que incrementar la cantidad del "kickback" sin el riesgo de perder dinero para prevalecer en el RFP toda vez que solo tiene que incrementar los cargos por servicio para derrotar cualquier contra propuesta. Y todo esto lo hace sin riesgo a perder nada, pues mientras ostente el contrato exclusivo puede hacer lo que quiera con el costo del cargo por servicios sin oposición del consumidor. La historia ha probado una y otra vez que los fanáticos están dispuestos a pagar lo que sea, por ver a su artista de preferencia máxime, cuando desconocen

de la naturaleza de los cargos. Con el señuelo irresistible de su artista favorito los fanáticos son presa fácil de las inmensas redes del monopolio de la expendedora.

91. Pero esto no termina ahí. Cuarto, el "kickback" se une al cargo chatarra ilegal del "facility fee". Los Demandados en contubernio han impuesto unilateralmente un cargo al consumidor por el uso de sus facilidades. De acuerdo con información y creencia, dicho cargo forma parte de las obligaciones asumidas en el contrato entre los Demandados. El acuerdo estipula que en todo boleto que venda Ticketera tiene que haber un cargo por el uso de las facilidades denominado como "Facility Fee". Como ya discutimos, este cargo añadido es ilegal conforme a la Ley de Transparencia por ser un cargo por un costo operacional y no estar justificado en la cara del boleto y por tal razón es pago por debajo de la mesa es ilegal.

92. Quinto, con el poder de monopolio en el expendio de boletos Ticketera está usurpando a los Productores de los poderes conferidos por la ley en cuanto a la forma y manera en que se venden de sus boletos. Por ejemplo, la Ley 182 de 1996 que dispone que si un evento se cambia de fecha el consumidor tiene a su haber 7 días laborables para reclamar una devolución del dinero. A pesar de tener instrucciones directas del Promotor de que no realicen devoluciones fuera del término establecido por ley, Ticketera ha ignorado dichas directrices y ha devuelto boletos hasta con meses de haberse vencido el plazo.

93. Otro ejemplo de su poder absoluto se ha configurado en el ámbito de los boletos de cortesía. Ticketera unilateralmente ha impuesto un cargo por servicio a los boletos que se dan como cortesía. Este cargo se impuso a sabiendas de que COPEP había librado y ganado una ardua batalla contra el Departamento de Hacienda para evitar que se tuviese que pagar IVU por los boletos de cortesía. El cargo de Boleto de cortesía unilateralmente impuesto es de un dólar sumado al IVU. Es decir, aun en los conciertos en que el productor se ve obligado a regalar entradas por poca asistencia, la boletería se lucra de la distribución de estos boletos que no le dejan ingreso alguno al productor ni al artista. Para colmo de males el atropello exige, que el productor pague por el impuesto de venta al consumo generado por el cargo impuesto al boleto de cortesía que le debe tocar a la expendedora por prestar

el servicio. Ticketera ignoró premeditadamente la eliminación de la exacción de impuesto de venta al consumo del boleto de cortesía mediante la Ley 205 del 2016. Por tanto, es obvio que Ticketera se está quedando con este impuesto de forma fraudulenta porque no tiene que pagarse a Hacienda.

94. La estafa de Ticketera pica y se extiende. Cuando un evento es cancelado por cualquier motivo siempre existe un número de consumidores que no reclaman el importe de sus boletos. El dinero que no se reclama, le pertenece al productor y/o al artista porque responde al valor nominal que se dio al espectáculo. Ticketera también se está quedando con el dinero de boletos de cancelados de ventas presenciales no reclamados. Esto aparte del cargo por servicios que retienen de todas sus ventas en el supuesto de una cancelación.

95. Las acciones anticompetitivas reseñadas han alterado fundamentalmente el mercado de los servicios primarios de venta de entradas para conciertos en vivo, porque crearon una barrera infranqueable a la competencia de otras expendedoras. Dado que pueden manipular a su antojo el precio del boleto por la exclusividad del contrato, otras facilidades han comenzado a contratar a Ticketera buscando el "kickback". El incremento de los cargos no es castigado por los fanáticos, pues estos ignoran lo que está pasando tras puertas cerradas y contratos privados que los Demandados no quieren dar a conocer públicamente. Ahora bien, de algo si los consumidores están conscientes: que el costo global de sus boletos sigue incrementando vertiginosa y desmedidamente.

96. Como corolario, la extensión del monopolio descrito seguirá en aumento. No hay nada que frene el poder de monopolio Ticketera y sus actos para restringir la competencia. La razón es sencilla. En Puerto Rico no hay lugares compitan con los "mayor venues" administrados por ASM y vendidos por Ticketera. El "Choliseo" de Puerto Rico José Miguel Agrelot es la única facilidad moderna que existe en este territorio para celebrar un evento bajo techo con capacidad para 15 mil personas o más. Casi todos los artistas de mayor envergadura cuya fanaticada puede llenar dicha capacidad, celebran sus conciertos en el Choliseo. En la región geográfica de Puerto Rico no existe otro lugar en Puerto Rico que compita con el Choliseo como mercado con esa capacidad de asientos. De ahí, que ni los

consumidores, ni el productor tienen a su haber otra sala de conciertos donde se pueda ofrecer el boleto de un espectáculo a un mejor precio que el ofrecido por los Demandados que resulte más atractivo para los artistas, los productores y el consumidor. El dominio que ejercen los Demandados sobre el Choliseo permite que Ticketera pueda tomar la decisión menos favorable para el consumidor y el productor sin riesgo de represalias del productor o el consumidor. Sobre todo, cuando Ticketera comparte las ganancias del monopolio y sus atropellos con la facilidad administrada por ASM.

97. Desde que los productores comenzaron con el movimiento antimonopolio Ticketera ha incrementado sus prácticas ilegales monopolistas. La expendedora referida se ha dado a la tarea de intimidar a todo aquel que actúe en su contra. La evidencia de esta intimidación y coerción anticompetitiva salió a la luz hace pocos días. Ticketera ha indicado que no brindará sus servicios a productor alguno, a menos que Ticketera sea la única expendedora de boletos del evento que se promueva. Es decir, aun en facilidades no operadas por ASM, Ticketera se niega a compartir con otra expendedora la venta de entradas para un evento en específico. Ello a pesar de la elección de expendedora por parte del productor y que Hacienda haya emitido el refrendo aprobando la venta con más de una expendedora. Al hacerlo, Ticketera está utilizando su dominio en el mercado de ventas por internet en las 3 principales facilidades para restringir la competencia de las expendedoras creando así barreras a nuevos competidores. Los productores que han ido a Ticketera con un refrendo múltiple de Hacienda son ordenados a emendar el mismo para que Ticketera sea la única expendedora. Si el productor se niega acatar la enmienda, Ticketera se niega a dar el servicio. Por tanto, el productor tiene las manos atadas al momento de elegir la expendedora por al acto monopolista.

98. Así las cosas el 9 de enero 2023 el COPEP envió una circular a todas las expendedoras, facilidades públicas y colegiados indicando que solo el productor tiene derecho a escoger su expendedora de boletos de acuerdo con la Ley. La respuesta en represalia de Ticketera no se hizo esperar. El Sr. Manny Morales (Socio o Ejecutivo Principal de Ticketera) le comunicó al Centro de Bellas Artes que no iba a vender boletos en dicha facilidad, si el inventario de ventas era compartido con

otra expendedora. La referida conducta anticompetitiva obligó al Centro de Bellas Artes de San Juan a implantar otra reforma en la forma de venta consuetudinaria para proteger al consumidor. La institución vino obligada a mantener para sí el 50% del inventario de venta para evitar que Ticketera controlara su boletería y cerrara la entrada de otros proveedores al servicio de venta.

99. Los productores hicieron varios acercamientos a los Demandados para que dejaran sin efecto el contrato de exclusividad y que dejaran al productor elegir las expendedoras de su predilección. Toda gestión a estos fines resultó infructuosa. Como resultado, COPEP presentó una Demanda de Sentencia Declaratoria, que en síntesis solicito al Tribunal que determinare conforme a derecho, si es el Productor o AEG/ASM quien tiene el derecho a escoger su expendedora de boletos. Véase; Colegio de Productores v AEG Management PR LLC, Civil Núm.: SJ2023CV02538.

100. Como desquite a la demanda presentada, el Sr. Manny Morales en calidad de dueño de la compañía productora Brutal LLC y de Ticketera presentó una demanda solicitando que se declare inconstitucional la colegiación compulsoria a COPEP creada por ley. **Brutal LLC v Colegio de Productores, Civil Núm. SJ2023CV05363**. Obviamente el Sr. Morales Lema quien previamente no había realizado una queja como miembro de COPEP desde el 2018, presentó la referida demanda contra esta, pues es quien lidera el movimiento para acabar con el monopolio de Ticketera su minita de oro. Eliminando a COPEP, el Sr. Morales Lema sabe que queda con el camino libre para someter la totalidad del mercado a su merced. Incluso apuesta a que el ciudadano o productor común no tiene los recursos económicos para litigar en contra de su monopolio que expande sus tentáculos hasta entidades de gobierno.

101. La demanda presentada por el Sr. Morales Lema es el epitome de la hipocresía. Y es que si el Sr. Morales Lema velara con honestidad por sus intereses como productor estaría defendiendo con ahínco el derecho a elegir la, o las, expendedoras de su predilección para abrir el mercado. La acción presentada por el Sr. Morales Lema en contra del COPEP no defiende sus derechos como productor. Se presenta como táctica intimidatoria mediante un ataque judicial colateral so pretexto de una violación a su derecho constitucional a la libre asociación cuando

realmente es un acto de desesperación en defensa del monopolio de los Demandados. La ironía de toda esta saga es que COPEP fue quien le abrió las puertas a Ticketera en el Centro de Bellas Artes de San Juan cuando Ticket Center tenía un contrato de exclusividad con dicha facilidad. La queja principal de Morales como dueño de Ticketera en ese entonces era que no debían existir contratos de exclusividad en ninguna sala de conciertos en la isla pues dicha práctica restringía la competencia.

102. Otras incidencias demuestran el fingimiento e hipocresía de los Demandados. El Municipio de San Juan realizó una requisición de propuesta (RFP) en el 2021 y evaluó varias ofertas de servicios para la emisión de boletos primarios. Ticketera sometió su propuesta, pero no fue elegido. Al enterarse de la elección de su competidor PR Ticket, procedió a demandar al Municipio alegando en síntesis que la elección del competidor era nula por estar manipulada. Véase **TIX, BY LLC v Mun. de San Juan, KLRA202200158**. La demanda presentada por Ticketera contra el Municipio tenía solo un propósito: expandir su poder de monopolio aún más. El Tribunal de Instancia (TPI) desestimó su demanda adjudicando que la otorgación del contrato a su competidora PR Ticket, fue legítimo. No conforme con la adjudicación presentó un recurso de revisión en Tribunal Apelativo. Recientemente, el Foro apelativo sostuvo la determinación del TPI. Véase, **TIX, BY LLC v Mun. Autónomo de San Juan, KLRA202200158, Sentencia del 22 junio de 2022**.

103. En otros casos, los Demandados amenazaron con poner en la lista negra a varios Productores en los lugares operados por ASM de negarse a enmendar el referendo para autorizar únicamente a Ticketera como el único vendedor de entradas. Mediante este particular el Sr. Morales Lema, Presidente a la sazón de Ticketera, le ha declarado abiertamente la guerra a aquellos productores y expendedoras que atenten contra su monopolio. Ticketera ha hecho esto a sabiendas de que la ley establece que quien tiene derecho a escoger la expendedora es el productor y que dicha elección viene avalada por un referendo del Secretario de Hacienda. Véanse alegaciones del caso **Colegio de Productores v AEG Management PR LLC, supra**. La expendedora ha decidido arrastrar los pies en la

ejecución de sus servicios de los productores que se unieron a la demanda que antecede esta.

104. El ataque ofensivo de actos monopolistas de los Demandados comenzaron con varias misivas enviadas a COPEP y a sus componentes amenazando con iniciar una demanda por difamación si el Colegio de Productores continúa denunciando la conducta anticompetitiva e ilegal de Ticketera en los medios de comunicación. Anticipando la presentación de esta demanda procedieron a la radicación de un pleito de difamación contra COPEP y su junta. **Tix, By LLC v Sueiro/COPEP, SJ2023CV07859 presentada el 16 de agosto de 2023.** Los Demandados intentan censurar previamente toda información que tienda orientar al consumidor con respecto a los cargos injustificados denominados como chatarra y actos monopolistas que los Demandados realizan. Los Demandados tratan mediante intimidación y coerción de imponer la censura a pesar de que la polémica aquí trabada es de palpitante actualidad y vasto conocimiento público. Al punto que el Congreso de los Estados Unidos celebró en enero del año en curso unas vistas conjuntas para atender el problema del monopolio de Ticketmaster en los Estados Unidos. Las polémicas discutidas en esas vistas son idénticas a las planteadas aquí en el contexto del mercado de nuestra isla y Ticketera. El Presidente de los Estados Unidos, Hon. Joe Biden, está impulsando fuertemente un proyecto de legislación denominado como el "Junk Free Act" para acabar con cargos chatarra homólogos a los que los Demandados están imponiendo aquí. Véase, **Junk Fee Prevention Act introducido por Rep. Rubén Gallego (D. AZ) y Rep. Jeff Jackson (D. NC).** ⁸

105. A raíz de los actos anticompetitivos de Ticketera, la cámara de Representantes de Puerto Rico emitió una Resolución que tiene como propósito comenzar una investigación cameral en cuanto al monopolio de Ticketera y el efecto de su monopolio en la industria de espectáculos públicos. Véase, **Resolución de la**

⁸ En un comunicado de prensa el Representante Gallego adujo: When a concert ticket is listed at \$50 and the price nearly doubles at checkout, that's a bait and switch," said Rep.Gallllego. "This price gouging impacts millions of Americans each year—it's unfair and corporate abuse. That's why our bill puts the power back into the hands of consumers so they can make fully informed decisions when shopping. It's only common sense, and I'm proud to lead this bill in the House. President Biden specifically called out these junk fees during his State of the Union address in February. The President urged congressional action to eliminate these fees and save consumers money. The Junk Fee Prevention Act does just that by requiring full prices be shown upfront, putting an end to unnecessary and excessive fees, and empowering the Federal Trade Commission and Federal Communications Commission to step in and issue new rules and enforcement guidelines.

Cámara de Representantes Núm. 995 del 9 de mayo 2023 presentada por el presidente de la Cámara Hernández Montañez y el representante Fourquet Cordero. Esta investigación solicitada por COPEP propulsó una corriente de legislaciones. Al presente existen 5 proyectos legislativos en proceso para regular los cargos que una boletería o promotor puede imponer.⁹ No albergamos duda alguna que por imposición de ley los cargos chatarra desaparecerán próximamente. Ahora bien, mientras no se legisle para acabar con el contrato de exclusividad el monopolio de Ticketera continuara haciendo estragos en el bolsillo del productor y el consumidor.

106. Conforme a la información auscultada y nuestra creencia, los antecedentes expresados no son actos o eventos aislados. Por el contrario, reflejan

⁹ A raíz de los actos anticompetitivos de Ticketera en la Cámara de Representantes como el Senado de Puerto Rico se han radicado varios proyectos:

- (1) Representante Hernández Montañez y Fourquet Cordero- Resolución de la Cámara 995; *"Para ordenar a la Comisión de Fiscalización de Fondos Públicos de la Cámara de Representantes del Estado Libre Asociado de Puerto Rico realizar una investigación y análisis sobre el efecto tanto en el consumidor puertorriqueño, así como en el pequeño y mediano comerciante, que causa y/o ha causado la otorgación de cierto contrato de exclusividad que las principales facilidades destinadas a la celebración de espectáculos públicos en Puerto Rico, le ha otorgado a una sola compañía para la venta de boletos de cada evento que se celebre en dichas facilidades, así como las políticas públicas existentes en Puerto Rico y las diseñadas en otros estados o territorios para derribar las barreras a la libre competencia que crean este tipo de acuerdo de exclusividad, las cuales restringen el comercio";*
- (2) Representante Suarez Navarro- Proyecto de la Cámara 1690; *Para crear la "Ley de Prohibición De Cargos Ocultos en la Venta de Bienes o Servicios" para prohibir toda publicidad, anuncio u oferta de un precio por un bien o servicio que no incluye todas las tarifas y/o cargos obligatorios con excepción de los impuestos del gobierno;*
- (3) Representantes Márquez Reyes, Santiago Nieves, Márquez Lebrón y Torres Zamora y los representantes Burgos Muñiz y Martínez Soto- Proyecto de la Cámara 1794; *Para establecer la "Ley de Transparencia en la Venta de Boletos para Espectáculos Públicos de Puerto Rico" y enmendar el Artículo 5 de la Ley Núm. 182-1996, según enmendada, conocida como "Ley del Promotor de Espectáculos Públicos", a los fines de establecer normas de transparencia y prácticas justas en la industria de venta de boletos para espectáculos públicos en Puerto Rico, establecer los deberes de promotores y proveedores del servicio de venta y expendio de boletos hacia los consumidores, prohibir la reventa de boletos de espectáculos públicos, establecer las facultades del Departamento de Asuntos del Consumidor, velar por la protección de los consumidores";*
- (4) Senadora Gretchen Hau-Proyecto del Senado 0873; *Para crear la "Ley para Reglamentar la Práctica de Reventa de Boletos de Eventos y Espectáculos Públicos en Puerto Rico"; establecer las responsabilidades del Departamento de Asuntos del Consumidor para cumplir con las disposiciones de esta Ley;*
- (5) Senadora Moran Trinidad- Proyecto del Senado 1247- *Para enmendar las secciones 1, 3 y 4 de la Ley Núm. 108 de 12 de julio de 1985, según enmendada; y enmendar el Artículo 2 de la Ley 107-1998, según enmendada, mediante las cuales se proveen descuentos para personas de edad avanzada y con impedimentos en espectáculos y en servicios de transportación pública, respectivamente, con el propósito de establecer que, el descuento relacionado a la admisión a los espectáculos artísticos y a cualesquiera otros, les será aplicado, igualmente, a cualquier cargo que sea cobrado por una persona, natural o jurídica, dedicada al expendio de boletos para espectáculos públicos en Puerto Rico, por un promotor de espectáculos públicos o por, inclusive, la Autoridad del Distrito del Centro de Convenciones de Puerto Rico, llámese el cargo "service charge", "facility charge" o "promoter charge" u otro denominado de una manera distinta, irrespectivo del idioma; y*

una práctica generalizada dirigida, alentada, diseñada y ordenada por los más altos ejecutivos de los Demandados a saber el Sr. Manny Morales Lema de Ticketera y el Sr. Jorge L. Pérez de AEG/ASM. Los actos de alta gerencia descritos y por describirse están tipificados como delito bajo la Ley Antimonopolio.

VII. LOS ACTOS ANTICOMPETITIVOS PERJUDICAN A LOS DEMANDANTES

107. Como resultado de la conducta anticompetitiva descrita, los Productores han tenido que pagar por años tarifas mucho más altas por los servicios de expendedora que las que hubiesen tenido que pagar en un mercado de libre competencia carente de actos o poderes monopolísticos. Al reducir, o prácticamente eliminar la competencia de otras expendedoras mediante el contrato de exclusividad Ticketera esta inmune a la competencia de precios que pueda haber en el mercado por los servicios de expendedora. Los productores que de otro modo podrían obtener estos los servicios de expendio más bajos se ven obligados a contratar con Ticketera a precios irrazonables, injustos y supra competitivos.

108. Por otro lado, la exclusividad otorgada a Ticketera como expendedora excluye de la competencia a todas las demás expendedoras, de poder vender boletos en las 3 facilidades donde se vende el 90% de los boletos de conciertos en vivo de artistas de alto calibre cuya fanaticada es suficiente para llenar una sala de conciertos que acomode entre 5 mil y 15 mil personas. Por tanto, durante la duración del contrato y su extensión, que en total pueden exceder los 10 años, Ticketera es la única expendedora con la oportunidad de vender centenares de miles de boletos.

VIII. EL DAÑO CONTINUO Y EL ENCUBRIMIENTO

109. El contrato de exclusividad entre Ticketera y AEG/ASM se ha mantenido en absoluta secretividad y herméticamente guardados. El COPEP y otros medios investigativos han tratado de obtener copia de manos de Ticketera y estos se han negado a proveer el mismo. De ahí, que los actos monopolísticos de los Demandados no pudieron ser descubiertos mediante el ejercicio de diligencia razonable de los Demandados. Además, solo han transcurrido 4 años desde comienzo de los actos anticompetitivos que continúan irrestrictos al día de hoy y cuya verdadera extensión aún se desconoce. Desde que se le otorgo el contrato de exclusividad los

Demandados han cometido violaciones ininterrumpidas de las leyes antimonopolio que han resultado en cuantiosos daños monetarios irrogados a los Demandantes.

110. Además, la conducta anticompetitiva y las violaciones de las leyes antimonopolio por parte de los Demandados se mantuvieron en secreto. Como resultado, los Demandantes desconocían la conducta ilegal de los Demandados alegada en esta demanda para que los cargos por servicio incrementados ilegalmente se dividieran entre estos.

111. Los Demandantes no descubrieron, ni pudieron haber descubierto a través del ejercicio de una diligencia razonable, que los Demandados estaban violando las leyes antimonopolio hasta hace menos de cuatro años antes de que se iniciara inicialmente este litigio, porque los Demandados usaron métodos engañosos para evitar la detección y los términos del contrato entre las entidades demandadas.

112. El engaño de Ticketera llegó al extremo de expresar que estaban a favor de un mercado libre y que la competencia de expendedoras en la industria le beneficiaba. Los Demandados ocultaron sus violaciones de las leyes antimonopolio participando en otras prácticas ilícitas de recién implementación para restringir la competencia como la de negarse a compartir inventario establecida en el 2022 cuando se le notificó al Centro de Bellas Artes de San Juan. Esta conducta anticompetitiva de los Demandados se llevó a cabo fuera de la vista y el conocimiento del público, las expendedoras o los productores.

113. Esta farsa llegó al punto de que el Sr. Manny Morales acompañado de su abogado, reafirmó en una reunión en COPEP que Ticketera estaba en contra de los contratos de exclusividad. El Sr. Morales acotó que Ticketera meramente participó en un RFP mediante el cual le fue otorgado el contrato por ASM. Expreso también que Ticketera estaba a favor de la apertura del mercado a todas las expendedoras y que por ello habían demandado al Municipio de San Juan. El gerente general de la expendedora argumentó que el otorgamiento del contrato del Municipio a PR Ticket debía ser anulado por esta misma razón. El Sr. Morales indicó, además, que hubo discriminación en su contra porque de considerarse las propuestas sometidas por sus méritos ellos hubiesen obtenido el contrato.

114. Irónicamente, Ticketera era un opositor acérrimo de los contratos de exclusividad antes de acaparar el mercado. A tales fines, el Sr. Morales Lema como representante de Ticketera, acudió a COPEP para que convenciera al Director del Centro de Bellas Artes de San Juan a que abriese el mercado de otras expendedoras y dejara sin efecto el contrato de exclusividad de dicha sala con otra expendedora. Las gestiones de COPEP rindieron fruto.

115. El COPEP le abrió las puertas a Ticketera como expendedora en dicha facilidad. Actualmente sabemos que todo lo aludido por el Sr. Morales Lema era parte de un plan maestro para ocultar las verdaderas intenciones de Ticketera: apoderarse del mercado por cualquier medio. Evidentemente, usaron a COPEP para entrar al mercado con su caballo de Troya.

116. A pesar de la conducta antimonopolista denunciada, la expendedora continúa sosteniendo que todo lo que se le reputa como conducta injusta, ilegal o impropia es perfectamente legal a sabiendas de que controlan el mercado mediante actos ilegales.¹⁰

117. En suma, los Demandados participaron en un plan anticompetitivo oculto utilizando las siguientes tácticas y actos:

- a. Al reunirse con facilidades, y otras partes a puerta cerrada que permitieron la configuración del esquema monopolístico de forma subrepticia fuera de la vista de los Productores y del público que compra boletos (incluso mediante el uso de comunicaciones telefónicas y electrónicas privadas);
- b. Tratar de censurar mediante acciones frívolas y amenazas, acuerdos clandestinos y otras prácticas anticompetitivas, que no se discuta públicamente el contenido de los contratos y las comunicaciones en cumplimiento de su supuesto esquema de monopolio;

¹⁰ Aunque parezca inverosímil, el control de los Demandados ha llegado el punto de discriminar el alquiler de sus facilidades dependiendo del género musical que se intenta producir. Varios productores se acercaron a los Demandados para auscultar sobre fechas disponibles en sus facilidades. Estos le comunicaron al productor la disponibilidad de varias fechas. Luego de esto ASM separo las fechas al productor. Empero, posteriormente cuando el productor le indico a ASM que presentaría en la sala un concierto de música tropical su solicitud fue rechazada. La gerencia le indico al productor que en el "venue" ya se habían presentado muchos espectáculos de musical tropical y que eso afectaba negativamente la imagen del local.

- c. Al afirmar públicamente que estaban cumpliendo con la ley, haciendo uso su licencia como expendedora de manera legal mientras realizaban actos ilícitos en contra de la Ley Antimonopolios.
- d. Al negarse a producir en repetidas ocasiones el contrato de servicios entre Ticketera y AEG/ASM, aludiendo que el mismo es un contrato privado el cual no debe más nadie tener acceso. Este contrato escondía el "kickback" a las salas de concierto mediante el cual el cargo por servicio incluía un cargo duplicado de "facility fee" que se pagaba por debajo de la mesa a la facilidad. El contrato también es utilizado para circunvalar **la Ley para la Transparencia en el Recibo de Compra, núm. 209 del 2016** que prohíbe el pago a la facilidad por costos operacionales.
- e. Mantuvieron en secreto todo este tiempo que estaban dividiendo el cargo por servicio con las facilidades. Este pago comúnmente conocido como un "kickback" alegadamente se encuentra descrito en los contratos celebrado entre las salas de concierto y Ticketera.
- f. Acaban de notificar a finales del 2022 una nueva política institucional de no compartir el inventario de venta de boletos con ninguna otra expendedora. Esto aun en el supuesto que el Promotor le muestre un refrendo emitido por hacienda permitiendo la venta de los boletos por múltiples expendedoras. Debe aclararse que, Ticketera permite que ciertos boletos se vendan en oferta con otra expendedora. Empero, esto está sujeto a que Ticketera reciba el equivalente en dinero del cargo por servicio por la venta del boleto a descuento por un tercero. Esta circunstancia solo se puede dar dentro del marco opresivo de un monopolio creado por un contrato de exclusividad. En un mercado libre lo que debería suceder es que si el productor usa otro ente para el expendio de ese boleto a descuento no hay necesidad de pagarle nada a Ticketera toda vez que se trata de una promoción separada y dirigida a otro mercado donde Ticketera no provee ningún servicio.

- g. Han mantenido en secreto cual es la relación entre AEG y ASM y como terminan los últimos administrando las facilidades del gobierno cuando el que contrata la Autoridad Del Distrito del Centro de Convenciones es AEG. De manera que tiene que haber un acuerdo mediante el cual AEG le pasa la administración del Coliseo José Miguel Agrelot a ASM. Este contrato se ha solicitado a la oficina del contralor sin éxito. El contrato debería estar disponible al público general pues envuelve una entidad que está administrando facilidades que le pertenecen al gobierno. Está siendo deliberadamente ocultado en contra de la ley.
- h. Han mantenido en la penumbra a donde van a parar los millones de dólares que recibe ASM como parte del "kickback" y el "facility fee". De acuerdo a la ley se supone que dichos ingresos se le paguen al departamento de hacienda.
- i. Han mantenido oculto que el "Federal Bureau of Investigation" (FBI) ha allanado las facilidades de Ticketera en búsqueda de evidencia de un posible esquema de lavado de dinero relacionado al expendio de boletos.
- j. Han mantenido en secreto que las facilidades que contratan a Ticketera como expendedora tienen la obligación contractual de imponer un "facility fee" y que el cargo no se puede eliminar del boleto sin el consentimiento de Ticketera. La determinación de incluir o no un "facility fee" debería estar en manos del productor del evento, aunque sea ilegal. Si se determina en el futuro que este cargo es ilegal quien viene obligado a reembolsarlo según la ley es el productor, aunque tenga a su haber la posibilidad de legalmente obligar a las facilidades a responder en última instancia por el cargo.
- k. Han violado crasamente la **Ley para la Transparencia en el Recibo de Compra, núm. 209 del 2016** que exige que los cargos por servicios que se imponen no sean para sufragar costos operativos que se cubren con el canon de arrendamiento de la facilidad.
- l. Han mantenido también oculto que se buscaron la manera de circunvalar la Ley De Transparencia ya citada añadiendo a los cargos

por servicio la partida que van a dividir porcentualmente con el "venue" por costos operacionales que la misma ley prohíbe. Esto no se le ha expresado al consumidor.

- m. Han mantenido oculto que el pago del "facility fee" es complementado con un porciento adicional de dinero que proviene de los cargos por servicio. La duplicidad de dicho cargo por el "venue" es también ilegal porque se hace en un pago por debajo de la mesa no visible al Promotor y al consumidor.
- n. Mediante manipulación mediática siguen dando la impresión de que todo anda en perfecto orden en la industria. El Gerente General de ASM en Puerto Rico emitió un comunicado de prensa indicando entre otras cosas que su relación con los productores de PR es excelente, mientras ocultan todo lo arriba expresado. Ticketera está utilizando su poder de monopolio para manipular los medios televisivos y medios de comunicación para evitar la cobertura de cualquier noticia sobre lo que es objeto de esta demanda.
- o. Para ocultar sus costos excesivos, Ticketera divide sus tarifas en dos tipos de cargos por servicios. Uno por la adquisición de las entradas vía internet y otro por el servicio de la venta de las entradas. Estos cargos fluctúan entre el 20 y 30% del costo total de la compra. No existe una verdadera justificación para la distinción de estas clasificaciones. Su único fin es duplicar los cargos. La variación en la denominación es una de cortina de humo para tomarle al pelo al consumidor.
- p. Ticketera ha ocultado que le está rindiendo sus servicios de software y ventas ilegalmente a otras expendedoras y/o Productores en secreto para no verse obligados a ofrecer sus servicios en términos proporcionalmente iguales a los demás Productores o competidores.
- q. Mediante un acuerdo de confidencialidad secreto, adquirió todas las acciones y los activos de su competidor Ticket Pop quien lo había demandado por usurpación del software y uso ilegal de secretos de

negocios reduciendo sustancialmente la competencia y facilitando e incrementando su monopolio.

118. Hoy en día se ha hecho prácticamente imposible determinar la extensión de los actos monopolísticos pues los contratos de los Demandados no fueron colocados por el contralor en su registro de contratos. Los Demandantes solicitaron el contrato AEG/ASM con Ticketera a la oficina del contralor y los mismos no han sido provistos a pesar de que la ley exige que se hagan públicos.

IX. PRIMERA CAUSA DE ACCION BAJO LA LEY ANTIMONOPOLIO

El Art. 2, 4, 6 y 7 de la Ley Antimonopolio de Puerto Rico, 10 L.P.R.A. § 258ss

119. Los Demandantes adoptan por referencia todas y cada una de las alegaciones de esta Demanda y que se incorporan a esta causa de acción.

120. El Artículo 2 de la Ley Antimonopolio establece:

Artículo 2. — (*Actos para restringir el comercio*) (10 L.P.R.A. § 258)

Todo contrato, combinación en forma de trust o en otra forma, o conspiración para restringir irrazonablemente los negocios o el comercio en el Estado Libre Asociado de Puerto Rico o en cualquier sector de éste, por la presente se declaran ilegales y toda persona que haga tales contratos o se comprometa en tales combinaciones o conspiraciones incurrirá en delito menos grave.

121. El Artículo 4 de la Ley Antimonopolio establece en lo pertinente:

Artículo 4. — (*Monopolios*) (10 L.P.R.A. § 260)

Toda persona que **monopolice o intente monopolizar o que se combine o conspire con cualquier otra persona** o cualesquiera otras personas **con el objeto de monopolizar** cualquier parte de los negocios o el comercio en el Estado Libre Asociado de Puerto Rico, o en cualquier sector de éste, será considerada culpable de un delito menos grave.

122. El Artículo 6 de la Ley Antimonopolio establece en lo pertinente:

Artículo 6. — (*Transacción exclusiva*) (10 L.P.R.A. § 262)

Será ilegal el que cualquier persona arriende, venda o se obligue a arrendar o vender, directa o indirectamente, bienes inmuebles, o que arriende, venda o se obligue a arrendar o vender bienes muebles, utensilios, mercancías, maquinarias, provisiones, o cualquier otra cosa objeto de comercio, estén éstas o no patentadas, para uso, consumo, o reventa en Puerto Rico, así como fijar el precio a cobrarse por dichos objetos, o una suma a descontarse de o a rebajarse de tal precio, con la condición, arreglo o entendido de que el arrendatario o comprador de los mismos no pueda usar o negociar en bienes, utensilios, mercancías, maquinaria, provisiones o cualquier otra cosa objeto de comercio de un competidor o competidores del arrendador o vendedor, cuando en cualquier línea de comercio, en cualquier sector del Estado Libre Asociado de Puerto Rico, el efecto de tal arrendamiento, venta o convenio de venta o arrendamiento, o de la condición, arreglo o entendido pueda ser el de reducir sustancialmente la competencia o tender a crear un monopolio.

123. El Artículo 7 de la Ley Antimonopolio establece en lo pertinente:

Artículo 7. — (*Discrimen en precios*) (10 L.P.R.A. § 263)

(a) ...

(b) ...

(c) **Será ilegal el que cualquier persona supla, se obligue a suplir, o contribuya a suplir, cualquier servicio o ayuda a, o para beneficio de un cliente suyo en conexión con el procesamiento, manejo, venta u oferta de venta de cualquier cosa objeto de comercio, fabricada, vendida, u ofrecida en venta por esa persona a menos que tal servicio o ayuda esté disponible en términos proporcionalmente iguales a todos los clientes que compitan en la distribución de tales cosas objeto de comercio en Puerto Rico.**

124. Para establecer una violación al artículo dos hay que "establecer para demostrar una infracción a esta disposición: (1) deberá existir algún contrato, combinación o conspiración entre dos o más entidades separadas (2) el cual restringe irrazonablemente los negocios o el comercio (3) en Puerto Rico o en cualquier sector de éste". Véase, **General Gases v Shoring, 2001 TSPR 54.**

125. Los Demandados han adquirido y mantenido intencionadamente el poder de monopolio en el mercado relevante de Puerto Rico para los servicios primarios de venta de entradas para las principales salas de conciertos mediante la otorgación de un contrato de Exclusividad entre AEG/ASM y Ticketera.

126. La exclusividad que le otorga este contrato a Ticketera le permite controlar los precios o excluir la competencia de otras expendedoras en el mercado de Puerto Rico.

127. Como resultado de este contrato de exclusividad Ticketera hoy ostenta una participación de al menos el 90% del mercado de servicios primarios de venta de entradas para las principales salas de conciertos.

128. Los Demandados han adquirido y mantenido deliberadamente el monopolio en los mercados relevantes, a través de conductas ilícitas, injustas, predatorias, discriminatoria y anticompetitiva. Esto incluye, pero no se limita a acuerdos de carácter exclusivo a largo plazo, apalancamiento, coerción de clientes desleales, intento de censura previa de opositores en los medios, pagos como "kickback" por debajo de la mesa, ocultación de los contratos entre ASM, Ticketera

y otras facilidades públicas juntamente con todo lo descrito previamente en los acápites de esta demanda.

129. Los acuerdos existentes de los Demandados han tenido el efecto de excluir la competencia en una parte sustancial de competir en la línea de comercio principal de expendedoras de la isla.

130. Las barreras de entrada al comercio producto de los acuerdos y actos anticompetitivos creadas y preservadas de forma continua por los Demandados son ilícitas, injustas, infranqueables, abominables e inamovibles.

131. Los acuerdos de los Demandados con las principales salas de conciertos son de larga duración y no pueden rescindirse fácilmente por cuestiones de economía práctica. Estos, aunque inicialmente se mostraron como opositores a los contratos de exclusividad por restringir el mercado de expendio, hoy lo defienden a capa y espada para preservar su poder de monopolio.

132. Los Demandados han coaccionado y censurado a los productores que se oponen al acuerdo de exclusividad de Ticketera con AEG/ASM. Han desarrollado un plan de ataque a COPEP con el fin de intimidar a los componentes de su Junta y a los Productores en general.

133. Los contratos de exclusividad recién otorgados entre AEG/ASM y Ticketera no se dieron en un mercado de libre competencia. Es un acto para restringir el comercio y por tanto ilegal.

134. Los acuerdos entre los Demandados y terceros han tenido el efecto de disminuir sustancialmente la competencia y tienden a crear un monopolio en el mercado relevante para los servicios primarios de entradas para las principales salas de conciertos en vivo.

135. Los Demandados han usado su poder de monopolio descrito de forma injusta depredadora, excluyente y anticompetitiva para monopolizar el mercado relevante de servicios primarios de venta de entradas para las principales salas de conciertos de forma subrepticia también. Han restringido la competencia mediante el uso coerción, castigo por deslealtad, acuerdos de vinculación, acuerdos de negociación exclusiva a largo plazo y la implementación de boicots en el caso de

que se le presente un refrendo autorizando más de una expendedora de la venta de los boletos.

136. Los Demandados también han coaccionado a los principales operadores de salas de conciertos para que celebren acuerdos exclusivos a largo plazo con Ticketera que no permiten que se comparta el inventario con otras expendedoras.

137. Los Demandados han coaccionado a los principales operadores de salas de conciertos para que no trabajen con otros proveedores de servicios de venta de entradas primarios.

138. Las amenazas y la coerción empleada han impedido que los competidores tengan oportunidad de ofrecer sus servicios como expendedora de boletos primarios con la mayoría de las salas de conciertos.

139. Ticketera sacó del mercado a uno de sus competidores TicketPop comprando la compañía y el "software" de Evertec para eliminar uno de sus competidores. Esta adquisición incremento el poder de monopolio de Ticketera en la industria.

140. Ticketera ha discriminado en contra de los productores en general pues ha llegado a acuerdos con varios productores y expendedoras para licenciar su plataforma a otras expendedoras subrepticamente porque le sirven de provecho para adelantar sus fines de monopolización. Dicha conducta es ilegal conforme a la ley pues tal servicio o ayuda tiene ofrecerse en términos proporcionalmente iguales a todos los clientes que compitan en el mercado del expendio de boletos en Puerto Rico.

**X. SEGUNDA CAUSA DE ACCION BAJO LA LEY DE ANTI-MONOPOLIO
El Art. 2, 4, de la Ley de Monopolios y Restricción del Comercio,
10 L.P.R.A. § 258ss**

A. Mercado Geográfico Relevante

141. Los Demandantes adoptan por referencia todas y cada una de las alegaciones de esta Demanda que se hacen parte de esta causa de acción.

142. Los Demandados han incurrido en actos monopolísticos que los han llevado a monopolizar mercados relevantes para los servicios primarios de venta de boletos de conciertos en vivo en las principales salas de conciertos de Puerto Rico.

143. AEG/ASM promovió, alentó, ayudó y/o dirigió la conducta de Ticketera alegada anteriormente para monopolizar el mercado. AEG/ASM también participó de forma independiente en el esquema anticompetitivo como se alega en el presente para recibir mediante un "kickback" los frutos de la existencia del monopolio de Ticketera.

144. Los Demandados han causado graves daños al potencial de generar ingresos de los Demandados.

145. Los Demandantes han sufrido y continuaran sufriendo graves daños monetarios por los actos inicitos e injustos bajo la Ley Antimonopolios de P.R con el fin de restringir el comercio. Los Demandantes han sufrido y continuaran sufriendo daños por las barreras y restricciones a la competencia como resultado de la conducta de los Demandados.

**XI. TERCERA CAUSA DE ACCION BAJO LA LEY DE ANTI-MONOPOLIO
El Art. 6 y 7(c), de la Ley de Antimonopolios
10 L.P.R.A. §§ 262-263**

146. Los Demandantes adoptan por referencia todas y cada una de las alegaciones de esta Demanda que y se hacen parte de esta causa de acción.

147. Como se alegó anteriormente, los Demandados y varios lugares, corredores de boletos, artistas y otros han celebrado uno o más contratos, combinaciones o conspiraciones para restringir el comercio de manera irrazonable, controlar los precios o excluir la competencia, para adquirir y mantener deliberadamente poder de monopolio.

148. Como se alegó anteriormente, los Demandados han inducido o coaccionado a varias salas de conciertos importantes, corredores de boletos, artistas y otros a celebrar uno o más contratos, combinaciones o conspiraciones para restringir el comercio de manera irrazonable, controlar los precios o excluir la competencia, y deliberadamente adquirir y mantener el poder de monopolio de Ticketera en los mercados relevantes para los servicios primarios de venta de entradas para las principales salas de conciertos.

149. Los Demandados han condicionado la disposición de servicios como expendedora y el acceso a los "venues" que controlan prohibiendo el uso de las

expendedoras competidoras creando un monopolio "de facto" de los conciertos de mayor envergadura en Puerto Rico.

150. Ninguna de las alternativas propuestas por los productores para abrir el mercado ha sido acogidas.

151. Los Demandados han discriminado contra la mayoría de las expendedoras en competencia toda vez que el servicio, sistema y plataforma de ventas suplido por Ticketera no ha sido ofrecido a otras expendedoras bajo términos iguales o proporcionales a otros interesados en el expendio de Boletos.

152. Los Demandantes han sufrido y continuaran sufriendo graves daños monetarios por los actos ilícitos e injustos bajo la Ley Antimonopolios de P.R por transacciones exclusivas, actos monopolísticos y discrimen en el ofrecimiento de sus servicios de plataforma de ventas. Los Demandantes han sufrido y continuaran sufriendo daños por las barreras y restricciones a la competencia como resultado de la conducta de los Demandados.

**XII. CUARTA CAUSA DE ACCION BAJO LA LEY DE ANTI-MONOPOLIO
El Art. 9 y 10 de la Ley de Antimonopolios
10 L.P.R.A. §§ 258, 265-266.**

153. Los Demandantes adoptan por referencia todas y cada una de las alegaciones de esta Demanda que se hacen parte de esta causa de acción.

154. El Artículo 9 de la Ley Antimonopolio establece en lo pertinente:

**Artículo 9. — (Responsabilidad de los oficiales de una corporación)
(10 L.P.R.A. § 265)**

Cuando una corporación o entidad legal viole cualquiera de las disposiciones de esta ley, **los directores, oficiales,** síndicos, administradores o agentes de dicha corporación o entidad legal **que hubieren autorizado,** ordenado o cometido los **actos constitutivos de tal violación** también **estarán sujetos, en su carácter personal a las penalidades especificadas en esta ley** para tal violación, pero en tal caso, aunque la pena de prisión señalada les será aplicable, la multa no será menor de dos mil quinientos (2,500) dólares ni mayor de veinticinco mil (25,000) dólares.

155. El Artículo 10 de la Ley Antimonopolio establece en lo pertinente:

Artículo 10. — (Penalidades) (10 L.P.R.A. § 266)

Cualquier persona que **viole los Artículos 2, 4, 7(f) u 8** de esta ley **será culpable** de delito menos grave y convicta que fuere será castigada con una multa que no será menor de cinco mil (5,000) dólares ni mayor de cincuenta mil (50,000) dólares, o con prisión que no excederá de un (1) año o con ambas penas a discreción del tribunal.

156. Las personas acusadas por infringir las secciones anteriormente mencionadas tendrán derecho a juicio por jurado.

157. Los actos ilícitos, injustos, monopolísticos previamente descritos que han restringido el comercio en el mercado de expendio de boletos primarios en las facilidades principales o de primera envergadura en Puerto Rico han sido perpetrados por los principales oficiales de AEG/ASM y Ticketera.

158. El monopolio que se le atribuye al contrato de exclusividad fue firmado y autorizado por el Sr. Manny Morales Lema, dueño del demandado Ticketera y Brutal LLC y el Sr. Jorge Pérez, Gerente Regional de ASM Global en Puerto Rico. La conducta anticompetitiva con el único fin de restringir el comercio descrita en esta demanda fue llevada a cabo por actos realizados, supervisados y dirigidos por dos ejecutivos mediante maquinaciones insidiosas y con malicia premeditada con el ánimo de restringir el comercio. Dichas acciones son ilícitas y constituyen un delito grave bajo la Ley Anti-Monopolio.

159. Estos ejecutivos en contubernio autorizaron y construyeron la estrategia de actos ilícitos aquí reseñados que pusieron en marcha las restricciones y barreras a la competencia, para acaparar el mercado y crear el monopolio actual que están comercialmente explotando. Habiendo ordenado, autorizado y ejecutado los actos ilegales en violación de la Ley Antimonopolios estas personas naturales deben estar sujetos a las penalidades especificadas bajo el Artículo 9 y 10 de la citada Ley.

XII. LOS DAÑOS A CAUSA DE LOS ACTOS ILÍCITOS

160. Como consecuencia directa de los daños irrogados producto de los actos de anticompetitivos y el poder de monopolio adquirido ilícitamente por los Demandados, los productores han sufrido una pérdida de ingresos y oportunidades de expendio de boletos valoradas en una cantidad no menor de veinte millones de dólares (\$20,000,000.00).

161. Las expendedoras han sufrido pérdidas y daños como consecuencia directa de los actos anticompetitivos y engañosos relatados en los acápite precedentes en una cantidad no menor de veinte millones de dólares. (\$20,000,000.00).

162. Conforme a la Ley Antimonopolio Estatal el Tribunal deberá multiplicar por tres los daños que este Foro determine como irrogados.

163. Los Demandantes solicitan también que los Demandados respondan solidariamente por daños irrogados como consecuencia de las violaciones a la Ley Antimonopolio de Puerto Rico.

164. Los Demandados responden solidariamente por los actos ilegales expresados en la demanda.

XIV. REMEDIOS SOLICITADOS

POR TODO LO CUAL, los Demandantes solicitan lo siguiente:

- a. Daños en una cantidad a determinar conforme a lo solicitado;
- b. Triple Daño de los daños irrogados;
- c. Costas gastos y honorarios de abogados;
- d.; Intereses previos y posteriores al juicio a la tasa máxima permitida por la ley;
- e. Un decreto prohibiendo que Ticketera otorgue contratos de exclusividad con cualquier facilidad o sala de conciertos.
- f. Medidas cautelares, incluidas, entre otras, una orden judicial que prohíba la conducta anticompetitiva de los Demandados alegada en la demanda;
- g. Reparación declaratoria, que incluye, entre otros, una declaración y sentencia de que la conducta de los Demandados alegada en la demanda viola las leyes alegadas en la demanda; y
- h. Obligar a Ticketera a licenciar y o dar acceso al uso de su plataforma y software en el mercado de Puerto Rico a otras potenciales expendedoras en el mercado.
- i. Cualquier otra reparación adicional que el Tribunal considere apropiada y justa.
- j. Depositar en un fondo común una cantidad a determinarse, para uso de las expendedoras que puedan necesitar para abrir las barreras del mercado.
- k. Depositar en un fondo común una cantidad a determinarse, para uso de las Productores que puedan necesitar una reparación de los daños ocasionados.
- l. Obligar a Ticketera a dividirse en varias compañías bajo la supervisión de un síndico para fomentar la competencia y acabar con su monopolio.
- m. Cualquier otro remedio en ley que este Honorable Tribunal entienda viable para acabar con el monopolio de Ticketera.

n. Un interdicto permanente prohibiendo la conducta anti-competitiva en restricción del comercio. **Artículo 13a. — (actos prohibidos, injunction) (10 L.P.R.A. § 269a)**

RESPECTUOSAMENTE SOMETIDA.

En San Juan, Puerto Rico, hoy día 28 de agosto de 2023.

SUEIRO LAW OFFICES

Tulipán 170

Urb. San Francisco

San Juan, PR 00927-6221

Tel. 787-753-4712

Correos Electrónicos: rsdv@me.com / sueirolaw@me.com

fdo. ROBERTO SUEIRO DEL VALLE

Núm. Colegiado 10138

RUA 8914