



**República Argentina - Poder Ejecutivo Nacional**  
1983/2023 - 40 AÑOS DE DEMOCRACIA

**Resolución**

**Número:**

**Referencia:** EX-2020-81236017- -APN-DGD#MDP - C. 1760

---

VISTO el Expediente N° EX-2020-81236017- -APN-DGD#MDP, la Ley N° 27.442 y los Decretos Nros. 480 de fecha 23 de mayo de 2018 y su modificatorio y 50 de fecha 19 de diciembre de 2019 y sus modificatorios, y

CONSIDERANDO:

Que, el expediente citado en el Visto, se inició como consecuencia de la denuncia presentada el día 24 de noviembre de 2020 ante la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, organismo desconcentrado en el ámbito de la SECRETARÍA DE COMERCIO del MINISTERIO DE ECONOMÍA, por la firma ASOCIACIÓN DE MARKETING DIRECTO E INTERACTIVO DE ARGENTINA contra GOOGLE ARGENTINA S.R.L. por la presunta comisión de una conducta anticompetitiva de tipo exclusoria, en violación de la Ley N° 27.442 de Defensa de la Competencia.

Que la firma ASOCIACIÓN DE MARKETING DIRECTO E INTERACTIVO DE ARGENTINA indicó que GOOGLE ARGENTINA S.R.L., a través de su sistema operativo ANDROID, interviene las comunicaciones de los socios de su Cámara con advertencias sobre supuesto “Spam”, “Fraude” o “Probable Fraude”, lo cual genera que la mayoría de los intentos de comunicación sean rechazados antes de hablar con el emisor.

Que el día 10 de septiembre de 2021 el Señor Juan Pablo TRICARICO (M.I. N° 20.617.519) ratificó la denuncia en su carácter de Vocero de la Comisión de Relaciones Institucionales de la firma ASOCIACIÓN DE MARKETING DIRECTO E INTERACTIVO DE ARGENTINA.

Que, en la citada audiencia, la firma ASOCIACIÓN DE MARKETING DIRECTO E INTERACTIVO DE ARGENTINA, especificó que la cantidad de contactos telefónicos con clientes y potenciales clientes se vio reducida durante el último tiempo y que, si bien existen otros medios de contacto, el medio telefónico es el más usado por las empresas asociadas y el más elegido por sus potenciales clientes.

Que, mediante la Disposición N° 135 de fecha 16 de diciembre de 2021 de la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, organismo desconcentrado en el ámbito de la ex SECRETARÍA DE

COMERCIO INTERIOR del ex MINISTERIO DE DESARROLLO PRODUCTIVO, se ordenó correr el traslado previsto en el Artículo 38 de la Ley N° 27.442 de Defensa de la Competencia a GOOGLE ARGENTINA S.R.L. a fin que brindara las explicaciones que estimase corresponder.

Que el día 17 de enero de 2022 las firmas GOOGLE ARGENTINA S.R.L. y GOOGLE LLC brindaron sus explicaciones en tiempo y forma.

Que, seguidamente, y en cuanto a los hechos denunciados propiamente dichos, las firmas denunciadas resaltaron que el sistema operativo ANDROID es desarrollado y distribuido libremente por GOOGLE LLC y no por GOOGLE ARGENTINA S.R.L., quien tiene otro objeto social que en nada se relaciona con la administración de ANDROID, motivo por el cual GOOGLE LLC se presentó espontáneamente al tiempo que GOOGLE ARGENTINA S.R.L. opuso falta de legitimación pasiva.

Que las firmas GOOGLE ARGENTINA S.R.L. y GOOGLE LLC alegaron que la ASOCIACIÓN DE MARKETING DIRECTO E INTERACTIVO DE ARGENTINA cayó en un error más grave ya que conforme las imágenes que se presentan en el expediente, el sistema de verificación de llamadas involucrado no es de GOOGLE sino que es el que provee el fabricante de celulares SAMSUNG, y que dicho sistema de filtro se denomina “Smart Call”.

Que mediante la Disposición N° 8 de fecha 17 de febrero de 2022 de la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, organismo desconcentrado en el ámbito de la ex SECRETARÍA DE COMERCIO INTERIOR del ex MINISTERIO DE DESARROLLO PRODUCTIVO, se ordenó correr el traslado previsto en el Artículo 38 de la Ley de Defensa de la Competencia a SAMSUNG ELECTRONICS ARGENTINA S.A., a fin de que brindara las explicaciones que considerara pertinentes.

Que el día 16 de marzo de 2022 la firma SAMSUNG ELECTRONICS ARGENTINA S.A. brindó sus explicaciones en legal tiempo y forma. Que la firma SAMSUNG ELECTRONICS ARGENTINA S.A. alegó que no fabrica ni comercializa teléfonos Samsung en Argentina, poniendo de manifiesto que esa firma no tiene ningún tipo de injerencia en la determinación de las características y funcionalidades de los teléfonos Samsung.

Que asimismo explicó que ni SAMSUNG ELECTRONICS ARGENTINA S.A. ni sus empresas afiliadas compiten en el mercado de la publicidad, con lo cual no tienen ningún incentivo para bloquear anunciantes en general, ni tampoco grupos de anunciantes determinados, resaltando que las entidades listadas como socios de ASOCIACIÓN DE MARKETING DIRECTO E INTERACTIVO DE ARGENTINA en su página web no son competidores de la marca Samsung en ningún mercado.

Que de lo relatado por la firma ASOCIACIÓN DE MARKETING DIRECTO E INTERACTIVO DE ARGENTINA se desprende que los asociados que realizan llamadas de telemarketing a clientes o posibles clientes estarían siendo afectados negativamente por una política llevada a cabo mediante la aplicación “Smart Call”.

Que, de esta forma, las empresas que ofrecen bienes y servicios telefónicamente verían impedida o dificultada la relación con sus clientes o posibles clientes al momento de comunicarse a sus teléfonos móviles, lo que en definitiva generaría una barrera para los centros de contactos de la firma ASOCIACIÓN DE MARKETING DIRECTO E INTERACTIVO DE ARGENTINA.

Que, no obstante, de la información colectada a lo largo de la investigación de marras, y de las explicaciones brindadas por GOOGLE ARGENTINA S.R.L. y SAMSUNG ELECTRONICS ARGENTINA S.A., surge que, por un lado, existe una extensa variedad de aplicaciones de verificación de llamadas y en tal sentido, ambas firmas coinciden y demuestran que hay una gran cantidad de ofertas de aplicaciones.

Que, lo indicado permite descartar una eventual hipótesis de exclusión de ciertos jugadores en los mercados de los diferentes bienes y servicios que los asociados a la firma ASOCIACIÓN DE MARKETING DIRECTO E INTERACTIVO DE ARGENTINA ofrecen a través del canal de marketing telefónico dado que tanto GOOGLE ARGENTINA S.R.L. como SAMSUNG ELECTRONICS ARGENTINA S.A. carecerían de incentivos para excluir a los asociados de la firma ASOCIACIÓN DE MARKETING DIRECTO E INTERACTIVO DE ARGENTINA mediante el bloqueo del contacto que estos últimos intentan establecer con sus clientes o potenciales clientes.

Que la conclusión según la cual la conducta objetada podría ser un intento de GOOGLE ARGENTINA S.R.L., GOOGLE LLC o SAMSUNG ELECTRONICS ARGENTINA S.A. de excluir a ciertos asociados de la firma ASOCIACIÓN DE MARKETING DIRECTO E INTERACTIVO DE ARGENTINA de los mercados de los distintos bienes y servicios que ofrecen, no resulta verosímil, a la vez que tampoco se vislumbra distorsión alguna que pueda afectar al mercado del marketing telefónico.

Que, por lo expuesto hasta aquí, y en función del análisis de la información recabada, puede concluirse que no surge evidencia alguna en las presentes actuaciones que la conducta denunciada constituya una afectación al interés económico general.

Que, en consecuencia, la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, emitió el Dictamen N° IF-2023-75811341-APN-CNDC#MEC de fecha 3 de Julio de 2023, correspondiente a la "C. 1760", en el cual recomendó al Señor Secretario de Comercio aceptar las explicaciones oportunamente brindadas y ordenar el archivo de las presentes actuaciones, de conformidad con el Artículo 40 de la Ley N° 27.442 y declarar abstracto el tratamiento de las cuestiones previas solicitadas.

Que ha tomado intervención el servicio jurídico competente.

Que la presente medida se dicta en virtud de lo establecido en la Ley N° 27.442, y en los Decretos Nros. 480 de fecha 23 de mayo de 2018 y 50 de fecha 19 de diciembre de 2019 y sus modificatorios.

Por ello,

## EL SECRETARIO DE COMERCIO

### RESUELVE:

ARTÍCULO 1°.- Ordénase el archivo de las actuaciones de la referencia, conforme con lo dispuesto por el Artículo 40 de la Ley N° 27.442 y declárase abstracto el tratamiento de las cuestiones previas solicitadas en razón de lo dispuesto en los considerandos de la presente medida.

ARTÍCULO 2°.- Considérase al dictamen de fecha 3 de Julio de 2023 correspondiente a la "C. 1760" emitido por la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, organismo desconcentrado en la órbita de la SECRETARÍA DE COMERCIO del MINISTERIO DE ECONOMÍA, que, identificado como Anexo IF-2023-75811341-APN-CNDC#MEC, forma parte integrante de la presente medida.

ARTÍCULO 3°.- Notifíquese a las partes interesadas de la presente resolución.

ARTÍCULO 4°.- Comuníquese y archívese.

Digitally signed by TOMBOLINI Matias Raul  
Date: 2023.12.01 15:08:20 ART  
Location: Ciudad Autónoma de Buenos Aires

Digitally signed by GESTION DOCUMENTAL  
ELECTRONICA - GDE  
Date: 2023.12.01 15:08:35 -03:00



República Argentina - Poder Ejecutivo Nacional  
1983/2023 - 40 AÑOS DE DEMOCRACIA

### Dictamen firma conjunta

Número:

Referencia: C.1760 - Dictamen - Archivo Art. 40 Ley N.º 27.442.

---

### SEÑOR SECRETARIO DE COMERCIO:

Elevamos a su consideración el presente dictamen referido a las actuaciones que tramitan bajo el Expediente N.º EX-2020-81236017- -APN-DGD#MDP, del ex MINISTERIO DE DESARROLLO PRODUCTIVO, caratulado: **“C. 1760 - ASOCIACIÓN DE MARKETING DIRECTO E INTERACTIVA DE ARGENTINA S/ SOLICITUD DE INTERVENCIÓN”**.

### I. SUJETOS INTERVINIENTES

1. La denunciante es la ASOCIACIÓN DE MARKETING DIRECTO E INTERACTIVO DE ARGENTINA<sup>1</sup> (en adelante, “AMDIA/DMA” y/o la “DENUNCIANTE”), una asociación civil dedicada a representar y promover la actividad de empresas, entidades de bien público y/o individuos que utilicen el Marketing Directo.
2. La denunciada es la firma GOOGLE ARGENTINA S.R.L. (en adelante, “GOOGLE ARGENTINA”), una empresa distribuidora del sistema operativo “ANDROID”, y filial local de la firma GOOGLE LLC.
3. La firma GOOGLE LLC es una empresa desarrolladora y distribuidora del sistema operativo “ANDROID”<sup>2</sup> (en adelante, “GOOGLE”).
4. La firma SAMSUNG Electronics Argentina S.A. (en adelante, indistintamente “SAMSUNG” o “SEASA”) es una empresa que brinda soporte a la marca SAMSUNG ELECTRONICS CO. LTD. y lleva a cabo tareas de marketing, publicidad y obligación de garantía de los equipos.

## II. DENUNCIA Y RATIFICACIÓN

5. Las presentes actuaciones se originaron con fecha 24 de noviembre de 2020, con motivo de la denuncia efectuada ante esta COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA (en adelante, “CNDC”) por la empresa AMDIA/DMA<sup>3</sup> contra GOOGLE ARGENTINA por la presunta comisión de una conducta anticompetitiva de tipo exclusoria, en violación de la Ley N.º 27.442 de Defensa de la Competencia (en adelante, “LDC”).

6. La DENUNCIANTE indicó que GOOGLE ARGENTINA, a través de su sistema operativo ANDROID, interviene las comunicaciones de los socios de su Cámara con advertencias sobre supuesto “Spam”, “Fraude” o “Probable Fraude”, lo cual genera que la mayoría de los intentos de comunicación sean rechazados antes de hablar con el emisor.

7. Explicó que la Ley N.º 26.951 crea el Registro Nacional No Llame donde las personas que no desean recibir llamadas de telemarketing a su teléfono celular o fijo pueden sin cargo anotar sus números telefónicos. Por dicho motivo, alegó que las empresas que ofrecen bienes y servicios por teléfono pueden legítimamente llamar a los números que no figuran en el mencionado registro, ejerciendo su derecho de libre comercio.

8. Argumentó que la Ley N.º 25.326 de Protección de Datos Personales crea el derecho de la persona (titular de datos) a ejercer un *opt-out* individual para una empresa u organización en particular. Por eso, si la persona prefiere no recibir ofertas de cualquier empresa (incluso de las que es cliente) lo puede hacer.

9. En tal sentido, expresó que una empresa ajena a los bienes y servicios que ofrecen sus asociados, como lo es GOOGLE ARGENTINA y su sistema operativo ANDROID, no tiene por qué arrogarse la función de “supuestamente” defender los derechos de privacidad de las personas.

10. AMDIA/DMA alegó también que etiquetar a una llamada legítima de telemarketing como “Spam”, “Fraude” o “Probable Fraude” es difamatorio de la empresa llamante y no debe permitirse.

11. Asimismo, manifestó que cualquier usuario que utilice un teléfono celular con el sistema operativo ANDROID puede “denunciar” a un número telefónico proveniente de un centro de contacto y esto podría ser realizado incluso por empresas competidoras en un intento de hacer fracasar las ventas telefónicas de su concurrente.

12. La DENUNCIANTE realizó el aporte de capturas de pantalla que muestran el mensaje alegado al recibir una llamada en un teléfono celular con sistema operativo ANDROID y especificó que es una función que está activada de manera predeterminada y que, si el usuario

no realiza manualmente el cambio, ésta funcionará automáticamente.

13. Por último, destacó que muchos consumidores compran a diario productos y servicios ofrecidos por teléfono. De no haber compradores satisfechos con las ofertas telefónicas, la actividad no existiría. En consecuencia, el hecho de activar un “*opt-out* de prepo” que pasa desapercibido por la mayoría de los usuarios, priva a los consumidores que desean comprar por esta vía de su derecho de recibir las ofertas.

14. Con fecha 10 de septiembre de 2021, se celebró la audiencia de ratificación de la denuncia<sup>4</sup> en la sede de esta CNDC, a la cual concurrió el Sr. Juan Pablo Tricarico en su carácter de Vocero de la Comisión de Relaciones Institucionales de AMDIA/DMA.

15. En la citada audiencia, la DENUNCIANTE especificó que la cantidad de contactos telefónicos con clientes y potenciales clientes se vio reducida durante el último tiempo y que, si bien existen otros medios de contacto, el medio telefónico es el más usado por las empresas asociadas y el más elegido por sus potenciales clientes. Asimismo, sostuvo que fue parte activa en la creación de la Ley No Llame, mencionada anteriormente y que son pro plataformas digitales.

16. Asimismo, informó que la conducta se verifica desde el mes de noviembre del año 2020; y a la pregunta respecto de cómo se ven afectados sus asociados ante ella, dijo: “*En el ámbito de nuestras empresas asociadas es que se reduce, pero no tenemos medido cuanto, el universo de potenciales clientes en relación a ofertas comerciales presentes y futuras*”.

17. Respecto del ámbito geográfico y del mercado del producto afectados, indicó que alcanza a todo el país y a todo tipo de productos y servicios. Y en cuanto a la magnitud del impacto económico (costo/beneficio) antes y después de la práctica denunciada, expresó que es muy difícil poder ponderarlo porque no saben cuántos usuarios están en esta condición. “*Esto nos llega por el aviso de nuestros propios miembros y por la baja en la contactación con potenciales clientes a números celulares*”.

18. Por último, cabe recordar que AMDIA/DMA indicó que no posee competidores, y específicamente al ser preguntado para que diga si la empresa GOOGLE ofrece o tiene empresas controladas que ofrezcan el mismo servicio que ofrecen las empresas que forman parte de AMDIA/DMA, dijo: “*Creemos que no*”.

19. Con fecha 16 de diciembre de 2021, se ordenó correr el traslado previsto en el artículo 38 de la LDC a GOOGLE ARGENTINA - DISFC-2021-135-APN-CNDC#MDP- a fin que brindara las explicaciones que estimase corresponder.

### **III. EXPLICACIONES DE GOOGLE**

20. El día 17 de enero de 2022 las firmas GOOGLE ARGENTINA y GOOGLE brindaron sus explicaciones en tiempo y forma.

21. En primer lugar, opusieron la falta de legitimación pasiva de GOOGLE ARGENTINA y GOOGLE, así como la falta de personería para realizar la denuncia en nombre de AMDIA/DMA, al mismo tiempo que plantearon la nulidad de la Disposición N.º 135, alegando que esta CNDC carecería de facultades para su dictado.

22. Además, solicitaron la suspensión del proceso hasta tanto fueran resueltas las cuestiones ut supra mencionadas.

23. Seguidamente, y en cuanto a los hechos denunciados propiamente dichos, resaltaron que el sistema operativo ANDROID es desarrollado y distribuido libremente por GOOGLE y no por GOOGLE ARGENTINA, quien tiene otro objeto social que en nada se relaciona con la administración de ANDROID, motivo por el cual GOOGLE se presentó espontáneamente al tiempo que GOOGLE ARGENTINA opuso falta de legitimación pasiva.

24. En ese orden de ideas, manifestaron que GOOGLE ARGENTINA es miembro de AMDIA/DMA, y que, si la tarea de esta última es asesorar y capacitar sobre el cumplimiento del régimen legal del marketing directo e interactivo, resulta irónico que AMDIA/DMA presente una denuncia en contra de unos de sus miembros por supuestos incumplimientos.

25. Alegaron que la DENUNCIANTE cae en un error más grave ya que conforme las imágenes que se presentan en el expediente (capturas de pantallas aportadas por AMDIA/DMA), el sistema de verificación de llamadas involucrado no es de GOOGLE sino que es el que provee el fabricante de celulares SAMSUNG, y que dicho sistema de filtro se denomina “*Smart Call*”.

26. Manifestaron que el sistema operativo ANDROID puede definirse como un sistema cuyos módulos pueden “customizarse”. En consecuencia, los sistemas de verificación de llamadas son funcionalidades que se pueden o no incluir dentro del módulo ‘Teléfono’. Actualmente, existe un sinnúmero de funcionalidades destinadas a proteger contra llamadas que no han sido solicitadas. Pero todas estas aplicaciones, incluyendo la de “Google Phone”, pueden estar preinstaladas por los fabricantes de teléfonos o ser instaladas voluntariamente por los usuarios.

27. En ese sentido, señalaron que, dentro de la proliferación de herramientas para proteger a los usuarios contra las llamadas no deseadas, se encuentran dos de las aplicaciones más populares: HIYA y TRUECALLER, muy utilizadas por los fabricantes de teléfonos y por los usuarios de todo el mundo<sup>5</sup>.

28. Asimismo, indicaron que las distintas marcas de celulares están implementando su propia



protección contra llamadas indeseadas. Tal es el caso de SAMSUNG y su sistema de “*Smart Call*” que, conforme se indica en el mismo sitio web de SAMSUNG, “*puede detectar o bloquear con facilidad llamadas de spam*”. Además, señalaron que, si bien la aplicación de “*Smart Call*” puede funcionar en ANDROID, es una aplicación de SAMSUNG, cuyas funciones las proporciona HIYA, ambos terceros ajenos a GOOGLE.

29. En lo que respecta al sistema de verificación de llamadas de GOOGLE, explicaron que desarrollaron la aplicación “Google Phone”, la que puede encontrarse preinstalada en algunos teléfonos que usen el sistema operativo ANDROID o no. Pero la decisión de preinstalarla debe ser tomada también por el fabricante del teléfono, en tanto el usuario tiene la decisión final de si continuar con ella o cambiarla. En cualquier caso, no consiste en ningún bloqueo por default de la llamada, solamente una advertencia que puede o no ser seguida por el usuario. Y si bien en la aplicación “Google Phone” también se provee la función de bloqueo de llamadas, esta función debe ser activada por el usuario (sistema *opt-in*).

29. Finalmente, añadieron que, además de evitar estafas telefónicas, los usuarios valoran herramientas que les den la opción de depurar las llamadas no deseadas. Esto es demostrado por las numerosas herramientas de filtros de llamadas que se encuentran disponibles de Google Play.

30. Por ello, continuaron alegando, “*...sin perjuicio de que AMDIA/DMA yerra al denunciar a GOOGLE ARGENTINA y a su sistema operativo (Android), no es cierto que GOOGLE imponga a los usuarios una aplicación determinada*”.

31. Remarcaron que GOOGLE ARGENTINA no controla, ni opera, ni tiene responsabilidad alguna sobre ANDROID, en cuanto es una sociedad local en cuyo objeto social no se encuentra ni el desarrollo ni la administración de ese sistema operativo. Y que, más allá de la presentación espontánea de GOOGLE, AMDIA/DMA confunde el sistema de protección anti spam de SAMSUNG (“*Smart Call*”) y se lo adjudica erróneamente a GOOGLE.

32. Culminaron la presentación solicitando la suspensión del proceso hasta tanto fueran resueltas las cuestiones previas invocadas, dejaron planteada la cuestión federal y acompañaron documentación respaldatoria.

33. De acuerdo a los hechos mencionados ut supra y a las explicaciones brindadas por las firmas GOOGLE ARGENTINA y GOOGLE, esta CNDC, en fecha 17 de febrero de 2022, ordenó correr el traslado previsto en el artículo 38 de la LDC a SAMSUNG - DISFC-2022-8-APN-CNDC#MDP-, a fin de que brindara las explicaciones que considerara pertinentes.

#### **IV. EXPLICACIONES DE SAMSUNG**

34. El día 16 de marzo de 2022 la firma SEASA, brindó sus explicaciones en legal tiempo y forma.

35. En primer lugar, alegó que no fabrica ni comercializa teléfonos Samsung (ni ningún otro producto) en Argentina.

36. Al respecto, señaló que es SAMSUNG ELECTRONICS CO. LTD, constituida en Corea, la entidad que vende insumos a empresas que fabrican o ensamblan los productos en Argentina (ej. Mirgor).

37. En consecuencia, puso de manifiesto que SEASA no tiene ningún tipo de injerencia en la determinación de las características y funcionalidades de los teléfonos Samsung.

38. En particular, señaló que SEASA no presta ni controla el servicio denominado “*Smart Call*” el cual, tal como surge claramente de los Términos y Condiciones y de la Política de privacidad disponibles públicamente, ha sido desarrollado y es prestado por la empresa HIYA.

39. Resaltó que, conforme surge de información disponible públicamente, “*Smart Call*” fue desarrollado por HIYA para proteger a los usuarios “*del spam telefónico e identifica las llamadas desconocidas*”.

40. Asimismo, argumentó que HIYA no tiene ninguna vinculación societaria ni con SEASA ni con ninguna otra empresa del grupo Samsung. Destacando que SEASA no es apoderada ni representante legal o comercial de HIYA, por lo que no tiene, ni puede tener, ninguna participación en la determinación de las características, funcionalidades y condiciones del servicio “*Smart Call*” ya que es HIYA quien determina no sólo las características y condiciones del servicio, sino también quien fija los parámetros para catalogar una llamada como “Spam”, “Fraude” o “Probable Fraude”.

41. Añadió que, en la información disponible en su sitio web, HIYA explica que, para catalogar a una llamada como “no deseada”, ha establecido al menos diecisiete (17) categorías de spam (incluyendo “fraude”). Y que SEASA desconoce cuáles son o en base a qué criterios define HIYA los parámetros para considerar una llamada de tal forma e incluirla en alguna de esas categorías. Asimismo, señaló que tampoco conoce el método que utiliza HIYA para identificar estas llamadas.

42. Con lo cual reiteró que SEASA únicamente brinda soporte a la marca SAMSUNG ELECTRONICS CO. LTD.

43. Además, explicó que, para utilizar “*Smart Call*”, los usuarios de teléfonos marca Samsung deben activar previamente dicha función y aceptar los Términos y Condiciones del servicio, un

acuerdo vinculante entre cada usuario e HIYA que rige los derechos y responsabilidades de las partes. Dichos términos y condiciones establecen claramente que es HIYA –y no SEASA- la entidad legal que provee “*Smart Call*”; por lo que no resulta posible atribuir a SEASA las consecuencias derivadas de la designación de las llamadas de los asociados de la DENUNCIANTE como “Spam”, “Fraude” o “Posible fraude” por el simple hecho de que no es SEASA quien define y aplica estas categorías.

44. No obstante, indicó que, de acuerdo con la información incluida en su sitio web, la funcionalidad que HIYA provee puede consistir en una aplicación (app) a ser descargada por los usuarios o pre-instalada en sus teléfonos por el fabricante, o en una función integrada a un smartphone (como es el caso de “*Smart Call*”).

45. Incluso, resaltó que algunos usuarios que cuentan con funcionalidades similares integradas en su teléfono pueden optar por descargar otra aplicación de su preferencia de entre la vasta cantidad que, como sostuvo GOOGLE en este expediente, existen en el mercado.

46. También detalló que la función “*Smart Call*” no viene activada por defecto, como lo adujo la DENUNCIANTE, sino que es el usuario el que tiene que ir a la configuración de su smartphone, en la sección “Ajustes de Llamadas”, ingresar al título ID de “llamada y antisпам” y allí aceptar los Términos y Condiciones, así como la Política de Privacidad de HIYA (proveedor del servicio), para luego poder activar la función y configurarla de acuerdo a sus necesidades, por lo que, a diferencia de lo que sostiene la DENUNCIANTE, esta función viene desactivada por defecto y su activación es absolutamente voluntaria para el usuario.

47. Asimismo, dijo que el que decide si quiere o no recibir llamadas “de prepo”, en cualquier horario, situación o circunstancia, es el usuario. Esto lo puede hacer tanto utilizando la función “*Smart Call*” como cualquiera de las demás “soluciones” disponibles en el mercado que ofrecen las mismas funcionalidades. También puede hacerlo de manera manual bloqueando los números de remitentes (incluso con anterioridad a la existencia de los smartphones).

48. En definitiva, esta herramienta le da más información al usuario, que es quien toma la decisión de atender un llamado o no.

49. Al mismo tiempo, señaló que otras empresas (incluidos fabricantes de smartphones) también ofrecen soluciones similares en sus equipos o apps para filtrar llamadas de spam y/o fraude, por lo que HIYA tampoco es el único oferente de este tipo de servicios. Basta con ingresar el criterio de búsqueda “Anti Spam Llamadas” en Google Play para que aparezcan más de doscientas (200) apps que ofrecen funciones idénticas o similares a “*Smart Call*”.

50. Explicitó que la gran cantidad de oferta de soluciones para identificar llamadas de posible

spam y/o fraude evidencian que esta es una función que los consumidores valoran (posiblemente porque ven afectada su tranquilidad, privacidad y hasta seguridad) ante muchas de esas posibles llamadas en cualquier momento; y que se trata de una necesidad que evidentemente no se ve satisfecha (o no alcanza) con el registro “No Llame” que menciona la DENUNCIANTE.

51. Por otra parte, esgrimió que la DENUNCIANTE, en su estatuto, define al marketing directo como: *“toda comunicación cuantificable, cualificable y previsible, efectuada por cualquier medio conocido o por conocer, que tenga por objeto principal crear y explotar una relación directa a distancia entre una empresa, entidad de bien público y/o un individuo y sus clientes, usuarios o prospectos tratándolos como individuos”*. En este sentido, el contacto por vía telefónica no es el único medio utilizado en el marketing directo, ni tampoco por los integrantes de esa Cámara.

52. De hecho, aunque la DENUNCIANTE no lo menciona, al consultar su página web es posible verificar no sólo que existen, además de los llamados telefónicos, otros medios de comunicación que resultan más relevantes a los mismos efectos. Por ejemplo, el único medio que considera para realizar los *“benchmarks”* que publican es el email (<https://dma.org.ar/site/benchmark/>), y no hace ninguna referencia a los operadores de centros de contacto o a los llamados telefónicos que, según la denuncia, serían tan importantes para la actividad de sus socios.

53. En función de ello, concluyó: *“Una función que identifique llamadas como Spam o Fraude no puede afectar al mercado de publicidad ni a ningún mercado en particular”*. La idea de que la competencia en el mercado de publicidad o el interés económico general se puedan ver afectados por una función que avisa a un receptor que una llamada telefónica (que es sólo uno de los tantos medios de hacer publicidad) puede tratarse de spam o posible fraude, parece un tanto descabellada. Así como resultaría irrazonable que una empresa (o grupos de empresas) planteara que, por la existencia de filtros de spam en el email o de publicidad en sitios web, ellas podrían verse excluidas del mercado en el que actúan, la misma lógica debería aplicarse para el caso de los llamados telefónicos con fines publicitarios. En definitiva, será el usuario el que decida si quiere atender una llamada publicitaria o entrar a la carpeta de spam o publicidades de su email para ver si hay algo de su interés.

54. En ese sentido, enfatizó que la Ley N.º 25.951, cuyo objetivo es precisamente “proteger a los titulares o usuarios autorizados de los servicios de telefonía, en cualquiera de sus modalidades, de los abusos del procedimiento de contacto, publicidad, oferta, venta y regalo de bienes o servicios no solicitados”, creó el denominado “Registro No Llame”, por lo que las potenciales restricciones cuestionadas en la denuncia (identificación y bloqueo de llamados no

deseados) son precisamente los efectos buscados por esta Ley. De hecho, el alcance de las restricciones resultantes de la ley es mayor que el alcance del sistema cuestionado en la denuncia, ya que los usuarios listados en el “Registro No Llame” no pueden ser contactados por ningún proveedor.

55. Finalmente, aclaró que ni SEASA ni sus empresas afiliadas compiten en el mercado de la publicidad, con lo cual no tienen ningún incentivo para bloquear anunciantes en general, ni tampoco grupos de anunciantes determinados, resaltando que las entidades listadas como socios de la DENUNCIANTE en su página web NO son competidores de la marca Samsung en ningún mercado (y por supuesto, mucho menos de SEASA).

56. Por último, acompañó documentación respaldatoria y dejó planteada la cuestión federal.

## **V. PROCEDENCIA DE LAS CUESTIONES PREVIAS SOLICITADAS**

57. Respecto a la solicitud de suspensión del proceso hasta tanto se resuelvan las cuestiones previas y las nulidades planteadas por parte de GOOGLE ARGENTINA y GOOGLE, y atento a las conclusiones arribadas en el presente dictamen que se expondrán a continuación, deviene abstracto su tratamiento.

## **VI. ANÁLISIS JURÍDICO ECONÓMICO DE LA CONDUCTA**

58. Expuestos los principales puntos de la denuncia efectuada y de las explicaciones brindadas en autos, corresponde en esta instancia que esta CNDC se expida acerca de la procedencia de la apertura de sumario de los hechos traídos a su conocimiento, de conformidad con lo establecido en el artículo 39 de la Ley N.º 27.442, de Defensa de la Competencia y en el artículo 1º de la Resolución S.C. N.º 359/2018, numeral 18) de su Anexo.

59. Concretamente, esta CNDC debe analizar los hechos denunciados por AMDIA/DMA, por los cuales dieron respuesta tanto GOOGLE como SAMSUNG, dado que, si bien la denuncia fue contra la primera, en virtud de los hechos y de los argumentos vertidos por ella, esta Comisión Nacional ha determinado incluir a la segunda, efectuando el correspondiente traslado para que brindara las explicaciones que considerase pertinentes.

60. Al ofrecer sus explicaciones, SAMSUNG, si bien ha señalado que la aplicación referida en la denuncia no le pertenece a la empresa, sino a un tercero, explicó cómo operan estas funcionalidades, el servicio que brindan y qué alternativas existen.

63. De lo relatado por la DENUNCIANTE se desprende que los asociados de AMDIA/DMA que realizan llamadas de telemarketing a clientes o posibles clientes estarían siendo afectados negativamente por una política llevada a cabo mediante la aplicación “*Smart Call*”. De esta

forma, las empresas que ofrecen bienes y servicios telefónicamente verían impedida o dificultada la relación con sus clientes o posibles clientes al momento de comunicarse a sus teléfonos móviles, lo que en definitiva generaría una barrera para los centros de contactos de AMDIA/DMA.

64. No obstante, de la información colectada a lo largo de la investigación de marras, y de las explicaciones brindadas por GOOGLE y SAMSUNG, surge que, por un lado, existe una extensa variedad de aplicaciones de verificación de llamadas y en tal sentido, ambas firmas coinciden y demuestran que hay una gran cantidad de ofertas de aplicaciones (más de 200 en Argentina) que ofrecen opciones para identificar llamadas como spam o fraude. SAMSUNG, además, aclara en sus explicaciones que la aplicación “*Smart Call*” no viene activada por defecto, sino que es el usuario quien debe activarla siguiendo los pasos que la firma investigada detalla. Por otro lado, ni GOOGLE ni SAMSUNG resultan competidores de los asociados de la DENUNCIANTE.

65. Lo indicado permite descartar una eventual hipótesis de exclusión de ciertos jugadores en los mercados de los diferentes bienes y servicios que los asociados a la DENUNCIANTE ofrecen a través del canal de marketing telefónico dado que tanto GOOGLE como SEASA carecerían de incentivos para excluir a los asociados de AMDIA/DMA mediante el bloqueo del contacto que estos últimos intentan establecer con sus clientes o potenciales clientes.

66. Consiguientemente, la conclusión según la cual la conducta objetada podría ser un intento de GOGLE ARGENTINA, GOOGLE o SAMSUNG de excluir a ciertos asociados de AMDIA/DMA de los mercados de los distintos bienes y servicios que ofrecen, no resulta verosímil, a la vez que tampoco se vislumbra distorsión alguna que pueda afectar al mercado del marketing telefónico.

67. En línea con esto, y en relación a la problemática manifestada por la DENUNCIANTE, quien ha referido observar una disminución en la tasa de contacto con los clientes o potenciales clientes de sus firmas asociadas, se le preguntó en la audiencia de ratificación sobre la posibilidad de reemplazar dicho medio de contacto tras lo que respondió: “*Existen otros medios, pero este es el más utilizado por las empresas y el más elegido por los potenciales clientes*”.

68. Adicionalmente, desde la página de la DENUNCIANTE se observa que pone énfasis en el marketing mediante mails automatizados, publicando estadísticas y libros en pos de asesorar a sus socios, por lo que AMDIA/DMA cuenta con servicios sustitutos al del telemarketing.

69. Por lo tanto, la presunta imposibilidad o reducción en el contacto telefónico con clientes o potenciales clientes referida por la DENUNCIANTE no representa prima facie un

impedimento para el accionar de las firmas o sectores dedicados al marketing, toda vez que existen otros medios de difusión de, al menos, la misma receptibilidad por parte de los usuarios.

70. Además, es posible inferir que el uso de estas funciones y aplicaciones generan beneficios en los consumidores en cuanto pueden decidir en qué momento atender una llamada de telemarketing, en vez de bloquear todas ellas o todas las de una empresa en particular, como son las funciones que presenta la Ley No Llame, generando de esa forma una mayor flexibilidad y bienestar en los consumidores.

71. En tal sentido, estas funciones serían una herramienta que complementa a la Ley No Llame dentro del territorio argentino, permitiendo a los usuarios conocer con mayor precisión el posible origen de las llamadas antes de atender, en vez de generar el bloqueo total de las llamadas de esta índole.

72. De lo expuesto hasta aquí, y en función del análisis de la información recabada, puede concluirse que no surge evidencia alguna en las presentes actuaciones que la conducta denunciada constituya una afectación al interés económico general.

73. En consecuencia, esta CNDC considera que se deben aceptar las explicaciones brindadas oportunamente por GOOGLE ARGENTINA, GOOGLE y SAMSUNG, y disponer el archivo de las presentes actuaciones.

## **VII. CONCLUSIÓN**

74. En virtud de lo expuesto, esta COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA aconseja al SEÑOR SECRETARIO DE COMERCIO del MINISTERIO DE ECONOMÍA, aceptar las explicaciones oportunamente brindadas y ordenar el archivo de las presentes actuaciones, de conformidad con el artículo 40 de la Ley N.º 27.442 y declarar abstracto el tratamiento de las cuestiones previas solicitadas.

75. Elévese el presente Dictamen al SEÑOR SECRETARIO DE COMERCIO del MINISTERIO DE ECONOMÍA para su conocimiento.

---

[1] Recientemente cambió de nombre a DMA: <https://dma.org.ar/>.

[2] GOOGLE ofrece el sistema operativo Android, como un sistema de código abierto que puede ser usado libremente, sin cargo alguno y sin solicitar licencia a GOOGLE.

[3] Ver IF-2020-81235722-APN-DR#CNDC.

[4] Ver IF-2021-85240354-APN-DNCA#CNDC.

[5] Menciona que Truecaller fue instalado más de 500 millones de veces por usuarios de todo el mundo y que es también el más popular de Iphone; y que, por su parte, Hiya fue instalada más de 10 millones de veces por usuarios de todo el mundo.

Digitally signed by Gestion Documental Electronica  
Date: 2023.06.30 17:12:28 -03:00

Digitally signed by Gestion Documental Electronica  
Date: 2023.06.30 17:39:11 -03:00

Digitally signed by Gestion Documental Electronica  
Date: 2023.07.03 12:43:51 -03:00

Digitally signed by Gestion Documental Electronica  
Date: 2023.07.03 13:21:57 -03:00

Digitally signed by Gestion Documental  
Electronica  
Date: 2023.07.03 13:21:58 -03:00