

MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS

Descripción breve:

Este Manual ha sido preparado para ser distribuido entre todos los participantes del Mercado de Plan de Ahorro y para que el público en general comprenda su mecanismo técnico y los beneficios de adquirir un vehículo 0km o automóvil usado a través de esta modalidad. Aspira a ser un instrumento que brinde transparencia a la actividad.



ÍNDICE

- ¿Por qué un Manual de Buenas Prácticas?	Página	3
- ¿Qué es un Plan de Ahorro Previo Automotor?	Página	4
- Definiciones	Página	4
- Características Principales	Página	4
- Autoridad de Control	Página	7
- Participantes del Sistema	Página	7
- Etapas de un Plan de Ahorro Previo	Página	9
- La Suscripción del Plan	Página	9
- El Pago de las Cuotas	Página	9
- El Acceso a la Unidad; la Adjudicación	Página	10
- Situación como Adjudicado	Página	10
- Fin de Grupo	Página	10
- Situaciones Especiales	Página	11
- ¿Qué Derechos tiene un Cliente de un Plan de Ahorro?	Página	13
- El Derecho a recibir Información Adecuada y Veraz	Página	13
- El Derecho de recibir Trato Digno y Equitativo	Página	14
- El Derecho a reclamar	Página	14
- ¿Cómo Desarrollar nuestra Actividad?	Página	16
- La Satisfacción del Cliente como elemento Central	Página	16
- Conocer en Profundidad los Alcances del Sistema	Página	16
- Informar clara y correctamente al Cliente	Página	17
- La importancia del área de Atención al Cliente	Página	18
- Final del Documento – Comisión Directiva CAPA	Página	18

¿Por qué un Manual de Buenas Prácticas?

GIAMA PLAN DE AHORRO incorporó y pone a disposición este Manual de Buenas Prácticas, que se basa en el elaborado por la Cámara Ahorro Previo Automotores (CAPA) bajo estándares de responsabilidad social empresarial sectorial en el marco de las modernas orientaciones en la materia. El objetivo del presente es ser un instrumento de consulta y de información integral, que fomente y fortalezca el conocimiento sobre el sistema de Plan de Ahorro Previo Automotor.

El objetivo de este manual, es elevar el nivel de observancia de la propia regulación que tiene la actividad, en base a lo ya legislado para proteger los derechos de los clientes que acceden a esta herramienta de ahorro para comprar un vehículo automotor. Este instrumento se convierte en una muestra suficiente y eficaz de autorregulación virtuosa, que, mediante su utilización, mejorará la atención en cada una de las etapas en que se despliegue el propio Plan de Ahorro, siempre en la certeza de trabajar cotidianamente para lograr más conformidad y entendimiento del cliente, punto central de toda nuestra cadena de valor.

Una de las claves fundamentales que hace que la experiencia de un cliente con el sistema de plan de ahorro sea lo más exitosa posible, es que todos los que intervienen sepan claramente qué es, qué esperar y qué puede suceder en toda la vida de un plan, a partir de información útil, entendible y completa, no ocultándose así alguna parte o cuestión esencial de la operación.

En este sentido, la obligación de toda Administradora consiste en, ya sea por sí o a través de sus agentes oficiales, debidamente autorizados por las mismas, entregar información suficiente desde la consulta y del asesoramiento inicial, es decir antes de la suscripción misma, para que todos encuentren conformidad, satisfacción, seguridad y confiabilidad respecto al proceso de adhesión bajo esta modalidad.

Esto no sólo se limita al proceso de suscripción, sino que se extiende durante toda la vida del plan.

Lo dicho no implica desconocer la parte que le corresponde ejercer al cliente de buena fe, como ya veremos, poniendo un esfuerzo acorde para comprender los alcances de la metodología, de sus condiciones y de las obligaciones que significa.

Por todo ello, será necesario establecer un punto de partida en términos de definición de conceptos que deben ser conocidos en relación con el Plan de Ahorro en general, junto a la enumeración de los actores, sus fases, sus actividades, etc.

Luego se detallarán los principales derechos de los clientes y, por último, una enumeración de buenas prácticas comerciales que se interpretan necesarias para sostener la actividad sectorial responsablemente, dentro de un esperable nivel de conformidad para con el mercado en su conjunto.

I. ¿Qué es un Plan de Ahorro Previo Automotor?

1.1. Definiciones

El Plan de Ahorro Previo Automotor es un sistema cerrado a través del cual un grupo determinado de personas realiza un aporte mensual a un fondo común para la adjudicación de sumas de dinero con destino a la adquisición de vehículos automotores nuevos 0 km., usados y motos nuevas 0 km, que se adjudicarán durante la vigencia del plan por sorteo y licitación de acuerdo con la disponibilidad de fondos del grupo, siendo las modalidades más utilizadas las de 84 meses, aunque puede haber planes de menor duración.

Se trata de un sistema que a lo largo de las décadas ha demostrado ser socialmente eficiente para llevar adelante la adquisición de vehículos automotores por parte de clientes y ha generado beneficios para los consumidores, para el sector (los agentes oficiales, la administradora y toda la industria de los automóviles) y para la Sociedad en su conjunto.

1.2. Características Principales:

El Plan de Ahorro es una metodología de autofinanciación en cuotas actualizables conforme a la lista de precios del bien de referencia, informados mensualmente por ACARA (Asociación Concesionarios Automotores de la República Argentina), sin interés, para la adquisición de un vehículo 0km.

El sistema se desarrolla con la conformación de grupos cerrados de personas (humanas y/o jurídicas), compuestos por el doble de participantes a la cantidad de cuotas previstas en la solicitud.

Por ejemplo, en un plan de ochenta y cuatro (84) cuotas el grupo estará compuesto por ciento sesenta y ocho (168) personas.

Para ser parte del mismo grupo quienes lo componen deberán haber elegido la misma cantidad de cuotas y características del plan ofrecido por la Administradora.

Los integrantes de un grupo no se conocen entre sí, pero actúan de un modo cooperativo, debido a que, con el aporte de las cuotas que realizan mensualmente, se forma el fondo de ahorro que permite la adquisición de vehículos.

Para suscribirse a un Plan de Ahorro hay que consultar los mecanismos de adhesión en las páginas Web oficial de GIAMA PLAN DE AHORRO o dirigirse, a un agente oficial de las concesionarias adheridas, las cuales se pueden consultar en dicha web.

La Solicitud de adhesión que se debe firmar ya fue autorizado previamente, por la Inspección General de Justicia, quien es el Organismo de Control de la actividad.

Los agentes oficiales tienen la obligación de asesorar y explicar detalladamente las características de cada producto.

Una vez conformado el grupo, el adherente comenzará a denominarse Adherente Ahorrista y comenzará a abonar las cuotas de su solicitud para, de esta manera, poder participar de los Actos de Adjudicación.

El Acto de Adjudicación se realiza mensualmente. Es un procedimiento administrativo fiscalizado por la Inspección General de Justicia, con la presencia de Apoderados de la Administradora y la intervención de un Escribano Público. Todo suscriptor puede estar presente y presenciar el mismo.

Asimismo, GIAMA PLAN DE AHORRO comunicarán a la Inspección General de Justicia fecha, hora y lugar de realización del acto de adjudicación y a los suscriptores a través de una leyenda en el cupón de pago mensual. Por otra parte, esta publicación estará disponible en sus sitios web.

El acto podrá ser transmitido en vivo mediante plataformas digitales para que todos los participantes del sistema puedan presenciarlo y conocer los resultados del mismo sin necesidad de asistir personalmente. En la página web de cada administradora encontrará más información sobre cómo ver en vivo el acto de adjudicación.

Hay dos formas para resultar adjudicado:

1) Por Licitación: cada participante del grupo, en forma voluntaria y previo al acto de adjudicación, ofrece abonar determinada cantidad de cuotas.

El Adherente que propone la mayor cantidad será quien resulte adjudicatario de la suma de dinero por medio de un Certificado de Adjudicación. En caso de igualdad de ofertas, para determinar al ganador, se tendrá en cuenta el orden de extracción que le corresponda a cada suscriptor en el sorteo que se realiza en el mismo acto.

El monto mínimo de la licitación es el valor de una cuota pura y el monto máximo es la deuda del plan.

2) Por Sorteo. A cada suscriptor se le asigna un número de orden al constituirse el grupo. Por ejemplo, en un grupo de 168 personas (84 cuotas), se le asignará un número al grupo y un número a cada integrante, del 001 al 168. De esa manera, y, con un solo sorteo, participan todos los grupos.

Existen también modalidades de sorteo mediante medios electrónicos aprobadas por la Inspección General de Justicia.

La “bolilla” que sale en primer lugar es la ganadora por Sorteo. Si ese número ya ha sido beneficiado en actos anteriores, o se trata de un cliente que se retiró del grupo, pasa al siguiente orden y así sucesivamente. Ejemplo:

Nro. de Orden en el Sorteo	Nro. De Orden en el Grupo
1	008
2	068
3	012
4	120
5	035
6	078
7	065
8	001
9	039
10	090

Es importante tener en cuenta que, como condición para participar del Acto de Adjudicación, se debe estar al día con los pagos y tener la cuota del mes anterior abonada en tiempo y forma de acuerdo con los plazos previstos por la Solicitud de Adhesión.

Una vez adjudicado y si la solicitud no se encuentra cancelada en su totalidad, el suscriptor deberá cumplir con los requisitos crediticios establecidos por la Administradora y firmar, por las cuotas a vencer, un contrato de prenda con registro en primer grado a favor de la Administradora y continuar abonando las cuotas hasta la finalización del plan. A su vez, deberá abonar el correspondiente Derecho de Adjudicación. También deberá pactar la contratación de un seguro para el vehículo con las condiciones que establezca la administradora en virtud de cobertura, plazo mínimo de póliza y compañías autorizadas.

Es importante destacar que el suscriptor tiene la posibilidad de adelantar cuotas en cualquier etapa del plan, teniendo en cuenta que si lo realiza en la etapa ahorrista ello puede perjudicar sus posibilidades en caso de querer participar en futuros actos, ya que, las cuotas adelantadas previamente, no pueden ser utilizadas para licitar (tope máximo).

El suscriptor ingresa al Plan eligiendo sumas de dinero determinada por la Administradora. Pero, al resultar adjudicado, podrá optar por un vehículo de diferente valor al del plan suscripto, de acuerdo con las disponibilidades y restricciones que puedan existir al momento de la adjudicación en la red comercial habilitada.

Este cambio, podrá realizarse a un vehículo de mayor valor o de menor valor a la suma de dinero adjudicada.

Si se realiza el Cambio por un automotor de mayor valor, la diferencia entre precio y el certificado de adjudicación, se deberá abonar de contado al concesionario o importador donde realice la operación.

Si, en cambio, se realiza por un vehículo de menor valor, la diferencia de precio y el certificado de adjudicación, cancelará las últimas cuotas del plan, a no ser que el mismo se encuentre totalmente pago, en cuyo caso la diferencia se reintegrará al adjudicatario.

Las cuotas mensuales son sin interés, pero actualizables en función del Precio del Bien de Referencia suscripto, en moneda nacional y conforme a la Guía Oficial de Precios que emite mensualmente ACARA (Asociación Concesionarios Automotores de la República Argentina).

Por lo tanto, la cuota del vehículo no es fija, es variable.

A modo de ejemplo, en un plan modalidad 100% de 84 meses la Alícuota será del 1,1905% del valor de la unidad.

El talón de pago incluye diversos conceptos que pueden ser los siguientes:

1. **Cuota Pura:** Es el importe resultante de dividir el VALOR MÓVIL, vigente a la fecha de vencimiento de cada cuota o de cada pago, por la cantidad de meses de duración del PLAN DE AHORRO indicados en la SOLICITUD DE ADHESIÓN.
2. **Carga Administrativa:** Es el importe que cobra mensualmente LA ADMINISTRADORA por la administración del sistema, calculados en función del porcentaje del VALOR MÓVIL de la Cuota Pura emitida.
3. **Derecho de Suscripción** (en forma prorrateada o no): Es el importe que resta pagar por el adherente para suscribirse al plan de ahorro.
4. **Seguro de Vida** (para personas humanas): Cobertura en caso de fallecimiento del adherente por el saldo deudor para asegurar recibir el vehículo.
5. **Impuestos**, tasas o gravámenes: Gastos del adherente por normativa, según corresponda, en forma prorrateada o no.
6. **Seguro del Automotor:** Garantía a favor de los integrantes del grupo una vez retirada la unidad.

Existen planes denominados de Cuota Reducida, donde el suscriptor ahorra un porcentaje del valor de referencia. Por ejemplo, los planes 80/20 – 70/30, etc.

En un plan 70/30, el cliente paga por el 70% del valor de referencia. Al resultar adjudicado, por cualquiera de las modalidades, deberá abonar el 30% del valor de referencia en dicha instancia, al precio de lista vigente al momento del pago.

El Agente Oficial sólo está autorizado a cobrar al momento de la suscripción, el Derecho de Adhesión.

Las cuotas posteriores, cancelaciones anticipadas y todo otro concepto relacionado con el plan se deberán abonar en las cuentas de la administradora, sin excepción.

El adherente puede retirarse del plan en el momento que lo desee (siempre en estado ahorrista). Si hubiere retirado la unidad tiene la obligación de permanecer en el grupo hasta la cancelación de toda su deuda.

Si se hubiera retirado del plan, las cuotas aportadas, deducidos las deudas que pudieran existir (tanto propias como las del grupo) serán reintegradas a la finalización del plazo de las solicitudes. El cálculo de los haberes a reintegrar se realizará de acuerdo con el valor móvil vigente del plan a la fecha del último acto de adjudicación del grupo y de acuerdo con la disponibilidad de fondos del grupo.

La Administradora no es responsable por contrataciones o pagos realizados fuera de la Red de Agentes Oficiales.

En términos generales, la finalidad de un Plan de Ahorro Previo consiste en la entrega de los fondos a los clientes que cumplieron con las obligaciones previstas en la solicitud de adhesión y, a su vez, en la devolución de los haberes netos correspondientes a los que hayan renunciado o fueran rescindidos, conforme las condiciones suscriptas y la Resolución General IGJ N° 8/2015.

1.3. Autoridad de control:

El sistema de Ahorro Previo es controlado por la Inspección General de Justicia (IGJ), cuya función es la de velar por el cumplimiento de la normativa que regula la actividad, contemplando las disposiciones en materias de defensa del consumidor y societario.

De esta manera, supervisa en forma permanente el funcionamiento de las Administradoras a través de las presentaciones periódicas y obligatorias establecidas por las resoluciones vigentes o mediante requerimientos especiales.

1.4. Participantes del sistema de Ahorro Previo:

Las partes que intervienen en el Plan de Ahorro son las siguientes:

- a) **La Administradora:** es la persona jurídica que administra los fondos del grupo, garantizando el buen funcionamiento del sistema. En tal sentido, recauda las cuotas mensuales, los pagos anticipados y gestiona ante la Terminal los automotores que son adjudicados por sorteo y licitación. Debe hacer cumplir fielmente la solicitud basándose en la letra y correcta interpretación de la misma. A su vez, debe resolver de manera equitativa las situaciones no previstas en función del mandato otorgado, teniendo en cuenta el interés general del grupo, el objeto de la solicitud y el interés particular del suscriptor. Es una sociedad anónima de objeto único. La solicitud de adhesión es entre el suscriptor y la Administradora.
- b) **Terminal Automotriz o Importador:** es la persona jurídica que produce o importa los automóviles que serán comprados por cada grupo de Suscriptores. Su función es la de proveer los vehículos a los que grupo puede acceder y garantizar la entrega de los vehículos.
- c) **Agentes Oficiales:** son los promotores del sistema y responsables de realizar la comercialización. Se encuentran autorizados a comercializar las suscripciones, brindar información adecuada sobre su funcionamiento, cobrar el Derecho de Adhesión y, en caso de que las Administradoras lo autoricen, el derecho de adjudicación. Asesoran al suscriptor durante la vigencia del plan y reciben los pedidos de los vehículos automotores donde se aplicarán los fondos, una vez adjudicado el plan. La entrega del vehículo se realizará en un concesionario oficial.

- d) **Solicitante:** es la persona que como cliente se presenta ante un canal autorizado y manifiesta su intención de suscribir una solicitud de adhesión de Plan de Ahorro. Cualquier persona humana o jurídica puede solicitar su incorporación al sistema, siempre que cumplan con los requisitos establecidos por la solicitud de la administradora.
- e) **Suscriptor:** al firmar la Solicitud de Adhesión, y admitida por la Administradora, el Solicitante se convierte en Suscriptor
- f) **Suscriptor ahorrista:** es un cliente miembro de un grupo ya conformado de Plan de Ahorro (identificado con número de orden dentro del grupo), que se encuentra pagando las cuotas mensuales, pero aún no ha sido beneficiado ni por sorteo ni por licitación para acceder al certificado de adjudicación.
- g) **Suscriptor adjudicado:** Es un cliente miembro de un grupo de Plan de Ahorro, que resulta ganador del sorteo o de la licitación. Para acceder al certificado de adjudicación, deberá, sin perjuicio de continuar pagando las cuotas mensuales adeudadas, cumplimentar los requisitos previos exigidos por cada Administradora conforme las Condiciones oportunamente suscriptas. Es importante destacar que la condición de adjudicado puede perderse si en un determinado tiempo el cliente no cumple con los requisitos de la Administradora para convertirse en adjudicatario.
- h) **Suscriptor adjudicatario:** Es un cliente miembro de un grupo de Plan de Ahorro que ha sido adjudicado y a quien se le ha entregado el vehículo.
- i) **Suscriptor rescindido:** Es un cliente miembro de un grupo de Plan de Ahorro al que se le ha rescindido el plan, producto de adeudar tres cuotas. Al finalizar el grupo se le reintegrará lo aportado deduciendo una multa del 4% (cuatro por ciento) sobre su ahorro actualizado (sumatoria de cuotas puras pagas) y los conceptos adeudados a las Administradoras o al grupo como, por ejemplo, gastos administrativos devengados, el derecho de suscripción, impuestos prorrateados o las primas del seguro de vida.
- j) **Suscriptor renunciado:** Es un cliente miembro de un grupo de Plan de Ahorro, que, en su carácter de ahorrista, comunica fehacientemente su decisión de no continuar abonando las cuotas a la Administradora. Al finalizar el grupo se le reintegrará lo aportado deduciendo una multa del 2% (dos por ciento) sobre su ahorro actualizado (sumatoria de cuotas puras pagas) y los conceptos adeudados a las Administradoras o al grupo, como por ejemplo gastos administrativos devengados, el derecho de suscripción, impuestos prorrateados o las primas del seguro de vida.

2. Etapas de un Plan de Ahorro Previo

2.1. La suscripción al Plan:

Una vez que el cliente solicita adherirse y formar parte del sistema, suscribe la solicitud de adhesión (formato digital a través de la página web de la Administradora), abona el Derecho de Adhesión y demás conceptos previstos.

El instrumento firmado es un modelo de solicitud de adhesión previamente aprobado por la Inspección General de Justicia a los fines de garantizar su legalidad.

Cada solicitud es recibida por la Administradora, quien controla la exactitud de la información brindada y acepta o rechaza la misma.

Una vez reunida la cantidad apropiada de suscriptores, conforme el plan elegido, le asignará un número de grupo donde se encontrará incluido y, a su vez, un número de orden para su identificación.

Es decir, esta combinación de números servirá de identificación personal en toda la vida del Plan.

2.2. El pago de las cuotas:

Constituido el grupo comienza la obligación del ahorrista de pagar las siguientes cuotas en tiempo y forma, hasta la totalidad de cuotas previstas según la cantidad pactada contractualmente (si el Plan es de 84 meses, los 84 restantes, y si hubiera, el remanente del Derecho de Adhesión).

Esta circunstancia (pagar la cuota) es transversal a todas las demás, ya que transcurre a lo largo de todo el Plan.

El valor total a ser abonado mes a mes se encontrará establecido en la liquidación que le presentará la Administradora al suscriptor en forma mensual mediante el cupón de pago. El cupón de pago contendrá la cuota pura calculada sobre el valor vigente del vehículo automotor objeto del plan (precio sugerido al público informado por la Terminal Automotriz) dividido por la cantidad de cuotas mensuales que posee el plan, más otros conceptos. Los otros conceptos referidos incluyen como ejemplo el seguro de vida (para personas humanas), otros impuestos y tasas (prorratados o no), cargos administrativos, derecho de inscripción prorratado.

En los casos de planes de alícuota reducida (por ejemplo: 70/30), para el cálculo de la cuota pura se tomará la proporción definida en las "Condiciones Generales de Contratación" sobre el valor del objeto del plan, dividido por la cantidad de cuotas mensuales que posee el plan.

Según se modifique el precio sugerido al público por la Terminal del vehículo objeto del plan, cambiará el valor de la cuota pura y demás conceptos asociados (aquí radica la razón fundamental por la que las cuotas podrían no ser iguales mes a mes).

Sin perjuicio de ello, el valor total a ser abonado en el cupón se mantendrá vigente hasta la fecha de su vencimiento, exista o no una variación en precio del vehículo objeto del plan. Por fuera del vencimiento del cupón de pago, se tendrá en cuenta para la imputación de los pagos el precio del vehículo vigente a la fecha del pago. Asimismo, a lo adeudado se le agregará intereses no capitalizables desde el día posterior al vencimiento de la cuota hasta la fecha del efectivo pago.

Una vez entregado el vehículo se incluye el seguro del automotor.

Las Administradoras ofrecen distintos canales para que el cliente, en cualquier situación respecto al Plan y hasta su finalización, pueda abonar el cupón recibido para cumplimentar con su obligación de pagar la cuota, conforme

las fechas de vencimiento. Dichos canales son informados en los cupones de pago y en las páginas Web oficiales de las Administradoras.

2.3. El acceso a las unidades; la adjudicación:

Como hemos advertido ya, el objeto central de cualquier plan es que los ahorristas que lo integran en determinado momento se encuentren finalmente con el fruto de su esfuerzo: el vehículo cero kilómetros o usado.

Pero acceder a la entrega del vehículo sucede cuando ya se ha llevado a cabo un evento fundamental que -por lo tanto- merece debido control, confiabilidad y transparencia.

Así, la adjudicación que mensualmente se efectúa del correspondiente certificado de adjudicación, de acuerdo con los fondos disponibles, se realiza mediante un acto público con intervención de un escribano público, donde se concreta el sorteo y donde se verifica quién ha presentado la mejor oferta de licitación según corresponda.

2.4. Situación como adjudicado:

Una vez definidos los ganadores del Acto de Adjudicación, se comenzarán a realizar los trámites previos necesarios determinados por cada Administradora para la realización del pedido, facturación, puesta a disposición de fondos y posterior entrega del vehículo solicitado por el suscriptor.

El Suscriptor Adjudicado puede rechazar la adjudicación, con lo cual los fondos regresan al grupo para ser utilizados en el próximo acto de adjudicación o adjudicar al siguiente ganador del mismo acto.

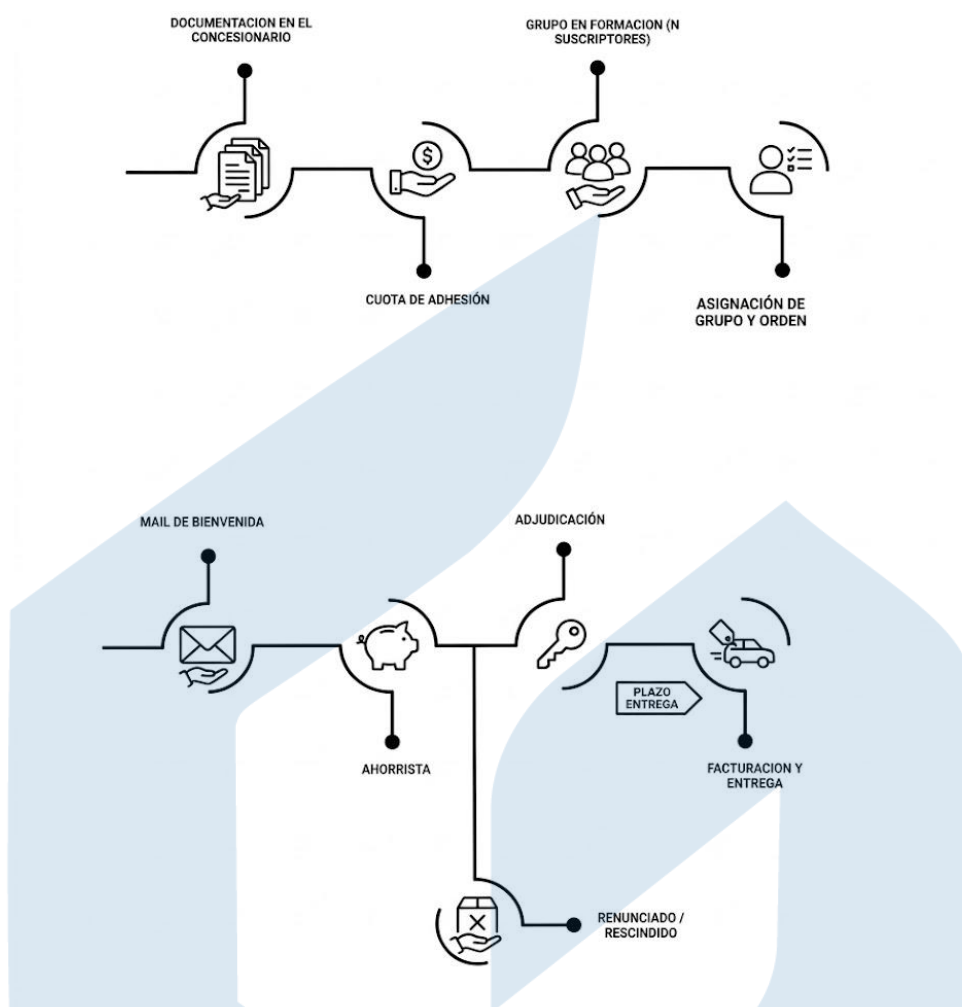
La falta de cumplimiento por parte del suscriptor adjudicado de algunos de los requisitos formales exigidos por la Administradora podrá derivar en la anulación de la adjudicación. Algunos requisitos pueden ser:

- a) Brindar información: que permita cubrir los requisitos crediticios establecidos en las Condiciones;
- b) Integración Mínima: asimismo, en algunos planes, conforme su cantidad de cuotas se exigirá eventualmente una “integración mínima” que es una cantidad determinada de cuotas que deberán estar previamente pagadas para poder concretar la entrega.
- c) Constitución de prenda: previo a la entrega del vehículo automotor, se deberá constituir una prenda en primer grado en favor de la Administradora y realizar el pago de la Cuota Extraordinaria en caso de corresponder.
- d) Pagar las cuotas posteriores a la adjudicación: el suscriptor no puede retirar el vehículo si tiene deuda con la Administradora.
- e) Seguro del automotor: A su vez, el suscriptor adjudicado contratará el respectivo seguro del automotor en una de las compañías que forman parte del panel de compañías aseguradoras elegidas por la Administradora, conforme la legislación vigente en la materia.

2.5. Fin del grupo: el grupo finaliza cuando se cumple el plazo de la solicitud de adhesión, o bien cuando se ha realizado la última adjudicación. En este momento sólo quedan solicitudes adjudicadas, y eventualmente renunciados o rescindidos.

Llegado este instante, comienza una sucesión de actividades que implica la liquidación del grupo de acuerdo con lo reglamentado (balance de grupo, fondo de multas, fondo de excedentes y sus liquidaciones respectivas, intervención de la Inspección General de Justicia, etc.) y en su caso, el reintegro de los ahorros correspondientes a los suscriptores que han renunciado o a quienes por incumplimientos les fueron rescindidos su solicitudes, de acuerdo a los fondos disponibles en el grupo que podrían verse eventualmente impactados, por ejemplo, por morosidad en el grupo o eventual aplicación de medidas ordenadas judicialmente.

DIAGRAMA DEL PLAN DE AHORRO



3. Situaciones especiales

3.1. Solicitud de cambio de modelo:

Una vez adjudicado, al momento de ingresar el pedido del vehículo automotor, cabe la posibilidad de solicitar un vehículo cuyo valor difiere del del certificado de adjudicación.

El adjudicatario, una vez verificada la disponibilidad del vehículo, deberá comunicarlo a la Administradora, pudiendo pactar un plazo de entrega mayor.

En tal sentido, si el precio del vehículo solicitado es mayor al vehículo objeto del plan, deberá pagar la diferencia al Agente Oficial o al Importador.

En caso de que el vehículo solicitado sea de menor valor, se aplicará a la cancelación de las últimas cuotas del Plan en sentido inverso o prorrato, de acuerdo con lo definido en las condiciones generales de contratación.

3.2. Cesión del Plan de Ahorro Previo:

Como otra muestra en favor del cliente, en cualquier estado o situación del plan, éste puede ceder a un tercero su posición contractual en cumplimiento de los requisitos establecidos por la IGJ.

Cabe destacar que el suscriptor adjudicatario con posesión del vehículo que transfiera el mismo, sigue siendo deudor solidario hasta la cancelación definitiva de la deuda.

3.3. Cambio de versión del bien objeto del plan:

También puede suceder que, conforme razones comerciales, tecnológicas y/o industriales un modelo de automóvil que forma parte del Bien de Referencia tenga un cambio de versión o no se fabrique o importe más. En tal caso, a los efectos de que el grupo continúe desarrollándose normalmente, se sustituirá por la versión o nuevo modelo que lo reemplace.

Estos cambios de versión o modelo tienen consecuencia según el momento en que se producen. Por ejemplo, si la nueva versión o modelo es de mayor valor:

- a) Suscriptores ahorristas: se recalcula la cantidad de cuotas pagas en base nuevo valor del vehículo sustituto. Abonan la diferencia de precio por las cuotas ya transcurridas en las cuotas que restan del plan.
- b) Suscriptores adjudicados: siguen abonando las cuotas del modelo suscripto, aplicándose, posteriormente, los porcentajes de aumento que reciba el vehículo sustituto.
- c) Suscriptores rescindidos y renunciados: se recalculan la cantidad de cuotas pagas en base al nuevo valor del vehículo sustituto.

OTROS CONCEPTOS

Planes de cuota diferida

En estos casos se diferirá parte de la cuota en algunos meses, y se cobrará en meses posteriores, sobre la base del Valor Móvil vigente en cada momento de pago.

Es importante destacar que en los meses en los cuales se recupera el porcentaje diferido la cuota a pagar resultará incrementada en función a los porcentajes adeudados y el plazo de recupero.

Derecho de Inscripción, Adhesión o Permanencia

Es el importe que el solicitante debe abonar por la presentación de la Solicitud de Adhesión, correspondiente a un porcentaje del valor vigente del automotor al momento de su pago. El pago de este importe puede ser prorrateado. Para más información, consultar las Condiciones Generales de la Solicitud de Adhesión de la Administradora.

Derecho de Adjudicación

Es el importe que se abona por la adjudicación del plan y se calcula sobre el valor vigente del valor móvil al momento del pago de este concepto. Para mayores datos, consultar las Condiciones Generales de la Solicitud de Adhesión de la Administradora.

Gastos o Cargos Administrativos

Es el importe que se abona mensualmente por la administración del sistema dentro de cada grupo. Para más información, consultar las Condiciones Generales de la Solicitud de Adhesión de la Administradora.

Es importante destacar que no se abonan gastos administrativos sobre las cuotas adelantadas.

II. ¿Qué derechos tiene el cliente de un Plan de Ahorro?

Es necesario recordar que la legislación argentina protege al individuo que consume productos y servicios para destino final, frente a los demás actores del negocio sea cual sea el sector empresarial involucrado, con el fin de establecer lineamientos para promover un mercado que se rija por la libre competencia.

La ley N° 24.240, denominada de Defensa del Consumidor, reglamenta lo estipulado en el Art. 42 de la Constitución Nacional, debiendo cada uno de los sectores económicos involucrados sustentar sus actividades respetando las relaciones de consumo entre las partes.

Por las especiales características que poseen los Planes de Ahorro, nos centraremos en tres cuestiones fundamentales en cuanto a la relación con el consumidor en este tipo de solicitudes: el derecho a recibir información, el derecho a recibir buen trato y el derecho a reclamar.

1. El derecho a recibir información adecuada y veraz:

Este derecho central se fundamenta en que el cliente reciba toda la información apropiada para que el mismo pueda tomar decisiones que estime convenientes sólo por y para sus intereses.

A lo largo del proceso en que se desarrolla la vida de un Plan de Ahorro, cada persona que se acerca a la modalidad mencionada a lo largo de este manual deberá ir eligiendo y tomando en consecuencia, opciones válidas dentro de las posibilidades con que dispone; así por ejemplo, suscribir una solicitud, presentar licitación, aceptar el sorteo, elegir una determinada compañía de seguros del listado para el automóvil entregado, renunciar eventualmente a seguir pagando las cuotas siendo ahorrista, ceder/vender su pertenencia al Plan, etc.

Cada caso posible debiera ser fruto de una decisión del cliente, quien debe haber sido informado en su Agente Oficial y/o la Administradora de todas las cuestiones que implica cada alternativa disponible; así entonces, debería ser asesorado sobre qué elegir al respecto frente a cada circunstancia; a qué se enfrenta en efectos jurídicos, económicos, de tiempos, de complejidad, etc.

Desde el comienzo toda la información que se brinde al cliente debe estar obviamente validada, es decir que debe guardar estricta identificación con la verdad objetiva tanto de los hechos como de lo que se encuentra escrito en las condiciones generales de la solicitud de adhesión.

La información que debiera ser entregada al cliente es la necesaria para que pueda elegir en base a su sola intención y de acuerdo con sus recursos propios, sin interferencias de los otros actores que intervienen en el Plan de Ahorro.

Como ejemplos prácticos de lo que debe ser explicado de modo transparente y claro, podemos citar aquí la forma en que se producirán cambios en el monto de la cuota pura a lo largo de todo el Plan, conforme la eventual modificación del valor del Bien de Referencia; cómo resultará ser la mecánica definida de otorgamiento de los Certificado de Adjudicación por sorteo o licitación; cómo será el componente de los montos que se irían agregando y de los gastos extras a tomar en cuenta en cada oportunidad (a la entrega del automóvil, al patentamiento, etc.); cómo será el proceso de elección de la compañía de seguros, o de instrumentación de la prenda y de las obligaciones que de ello surgen, la forma y oportunidad de devolución eventual del ahorro, etc.

Como se puede percibir entonces, existen determinados momentos “estratégicos” durante la relación con el cliente, donde la necesidad de brindar aquella información siempre adecuada y veraz resulta fundamental y central.

No obstante, lo expresado hasta aquí, como contrapartida al deber de información, existe la obligación de los clientes de actuar diligentemente (leer la solicitud de adhesión de manera previa, evacuar las dudas necesarias previo a la suscripción en los concesionarios y/o agencias oficiales, etc).

Cabe destacar que la suscripción de la solicitud de adhesión es un acto puramente voluntario del suscriptor e implica la aceptación de las condiciones generales de contratación en un todo.

Por ello, resulta indispensable no sólo que el cliente reciba información adecuada y veraz sino también que el cliente lea, se interiorice y evacúe las dudas necesarias previo a la contratación

De este modo, el sistema de ahorro previo gozará de claridad y transparencia, elementos que permitirán a las partes mantener un vínculo sano durante la vigencia del plan de ahorro previo.

2. El derecho a recibir trato digno y equitativo:

Por otra parte, es necesario que todas las partes involucradas desarrollen la actividad cumpliendo lo establecido en la Constitución Nacional y demás normas aplicables donde se define la necesidad del trato digno y equitativo que todos los clientes deben recibir.

Se debe garantizar que, a lo largo de toda la vigencia del plan, se le brinde al consumidor el respeto debido y las condiciones apropiadas y, del mismo modo, que no sufra situaciones que lo incomoden, o le generen violencia, o le produzcan cualquier emoción negativa a partir de conductas discriminatorias, agresivas, vergonzantes, estigmatizantes de parte de la empresa a través de sus dependientes.

Es decir, en la materia que nos compete, cuando el cliente se acerca a uno de los puntos de promoción para asesorarse, cuando tiene que consultar por cualquier vía disponible de los /agentes oficiales y las administradoras, cuando se presenta para licitar, o cuando debe realizar los trámites por la entrega del vehículo -entre tantas otras situaciones-, debe ser tratado de forma respetuosa y amable, sin que importe en absoluto el estado de su participación en el grupo, el trato ofrecido no debe cambiar por ninguna circunstancia.

El agente que trata con los clientes debe conducirse con amabilidad, predisposición y siempre utilizando un volumen y nivel de voz acorde, con lenguaje claro y sin tecnicismos innecesarios que lleven a interpretaciones erróneas que pudieran afectar una comunicación beneficiosa entre las partes.

El buen trato también se asegura con comodidad en los lugares de la operación comercial y administrativa del Plan de Ahorro (agencias, oficinas, talleres, etc.), brindando condiciones seguras y confortables para los clientes y disponibilidad de lugares apropiados de espera con asientos y climatización adecuados, atención prioritaria y especial para personas con discapacidad, personas gestantes o con niños, etc.

En particular, deberá ponerse el acento en la imperiosa necesidad de no generar ninguna diferencia o discriminación negativa sobre la base de que los clientes merecen respeto y trato digno.

3. El derecho a reclamar ante la Administradora y la Autoridad de Aplicación:

El cliente tiene derecho a reclamar por inconvenientes que surjan en cualquier momento del Plan de Ahorro, a través de los Agentes Oficiales, quienes deben gestionar dicho reclamo en tanto y cuanto el mismo sea verosímil, e intentar una solución al conflicto suscitado.

Buenas prácticas en la materia, más allá de lo que incluso sostenga la normativa sobre la cuestión, implica como deber el de prestar atención y contención al cliente por cualquiera de las vías disponibles para expresar su descontento ante una situación que lo afecta o que, en principio, entiende que lo perjudica.

Asimismo, las Administradoras disponen diferentes canales de atención vía telefónica, por e-mail o en sus páginas web para solucionar toda duda que no pudo ser canalizada a través de los Agentes oficiales.

Por todo ello, cabe recordar que se debe dar respuesta en tiempo y forma razonable a la solicitud, de manera y lenguaje claro para que el cliente obtenga la respuesta apropiada.

En todo momento, antes y después de la suscripción de la solicitud de adhesión y hasta el final del plan, el cliente tiene derecho a reclamar y obtener respuestas de la Administradora, y si pese a ello permanece disconforme, podrá canalizar su reclamo ante la autoridad de control del sistema de ahorro previo (Inspección General de Justicia) o ante los organismos nacionales, provinciales o municipales de defensa del consumidor.



III. ¿Cómo desarrollar nuestra actividad?

Aquí, en esta sección del Manual desarrollaremos conceptualmente buenas prácticas que deberemos conocer y aplicar cotidianamente, para que nuestra actividad comercial sea desplegada bajo políticas sectoriales de autorregulación y responsabilidad social empresarial, a los fines de potenciar y sostener la vigencia y buen uso de los Planes de Ahorro como mecanismo idóneo para orientar el ahorro público.

1. La satisfacción del Cliente como elemento central

La actividad comercial en todas sus facetas y la nuestra en particular, está enfocada y dirigida a lograr la satisfacción del cliente, conforme su deseo de acercarse al sistema de Ahorro Previo para obtener la adquisición de un vehículo 0 kilómetro o usado a partir de su adhesión.

Cualquier planificación, acción, evaluación, mejora y corrección deben formularse sin perder de vista este principio central: brindar la solución y satisfacción a los deseos de aquellos que confían en esta modalidad como forma de ahorro con el objetivo de alcanzar el fin determinado en la solicitud de adhesión.

La actividad en su totalidad está compuesta por varios actores desde su inicio (Terminal, Importadores, Administradora, Clientes, Concesionarios/Agentes Oficiales) y significativa cantidad de procesos.

Ahora bien, el cliente como tal es el que en definitiva le otorga a toda esta dinámica su sentido y razón de ser.

Por lo tanto, dicha centralidad debe tener lógica representación en los hechos, brindándole al Cliente las herramientas para que pueda acceder a su pretensión con tranquilidad, seguridad y con certeza de haber sido suficientemente respaldado, protegido, asesorado, comprendido e informado desde el contacto inicial.

Asimismo, el Cliente debe ser concebido como uno de los pilares fundamentales, entendiendo que no sólo debe ser valorizado por la venta inicial, toda vez que se deben considerar además los servicios asociados, futuras operaciones o incluso la posibilidad de referir nuevos suscriptores a partir de una buena experiencia alcanzada en su experiencia con el plan de ahorro.

Independientemente de lo manifestado en el párrafo anterior, no hay que perder de vista que ese deber a cargo de las Administradoras y Concesionarios/Agentes Oficiales de informar y contener al cliente debe estar acompañado, en contrapartida, por acciones que van de la mano y que son de su propia responsabilidad.

En cuanto a esto, particularmente nos referimos al deber de interiorizarse realmente en lo que implica un Plan de Ahorro, leer los términos y condiciones de la solicitud de adhesión previo a su firma, efectuar preguntas, consultas y solicitar las aclaraciones que considere necesarias para poder ingresar al sistema en armonía y en pleno entendimiento de la adhesión efectuada con la Administradora elegida.

Modificada la condición de potencial cliente a suscriptor y posterior integrante de un grupo, la transición de un estadio a otro debiera darse naturalmente y en base a un correcto asesoramiento y entendimiento de las partes.

2. Conocer en profundidad los alcances del Sistema de Ahorro Previo

Resulta fundamental en todo el desarrollo de la actividad que los asesores comerciales y administrativos que posean interacción con el consumidor conozcan en profundidad los aspectos centrales del Plan de Ahorro como mecanismo para que el público interesado oriente sus ahorros para la adquisición de vehículos bajo esta modalidad.

Los asesores que tengan a cargo dicha tarea deben tener el conocimiento amplio y necesario para explicar, informar y evacuar las dudas y/o consultas con la profesionalidad que requiere el desempeño de la tarea.

En tal sentido es necesario que puntualmente se comprendan y sean capaces de transmitir con absoluta claridad:

- a) las diversas etapas en que se lleva adelante el Plan, desde la suscripción del cliente hasta su finalización;
- b) los derechos y obligaciones de las partes en cada etapa y las formas para ejercerlos regularmente;
- c) la documentación completa que se debe solicitar y los controles que se necesita realizar;
- d) las políticas comerciales de la empresa y cualquier beneficio o incentivo que se estuviese aplicando;
- e) las eventuales contingencias que podrían aparecer para poder ejercer un mejor asesoramiento;
- f) los mecanismos de comunicación y notificación que cada novedad requiere, de acuerdo con las condiciones generales de la solicitud de adhesión.
- g) Los efectos que produce la salida anticipada del plan, sea por renuncia o rescisión:
- h) La metodología que fija el sistema de ahorro previo para acceder al vehículo 0km, así como qué sucede con los fondos ahorrados al finalizar el plan sin que se haya accedido al bien.

Conocer significa que el operador pueda identificar cada situación posible y sus efectos probables, de modo que logre a su vez, explicar, prevenir y asesorar al consumidor sobre los alcances del sistema, sus particularidades y sus beneficios.

Implica, asimismo, un trabajo de conocimiento en la industria automotriz para poder dominar el producto final que se quiere vender; es decir, por ejemplo, poder vincular las necesidades del cliente con las existencias de stock para aconsejar de una mejor manera, describir modelos disponibles, saber de prestaciones que cada versión posee y la evolución del mercado, etc.

En síntesis, se pretende un asesoramiento profesional completo e integral que cubra de manera completa el proceso de ahorro previo desde la consulta inicial hasta la finalización del plazo del plan.

Cada organización y cada agente en particular debe realizar los esfuerzos necesarios para mantener en todo momento un estándar adecuado de capacitación sobre los productos puestos en venta, así como del sistema de Ahorro.

3. Informar clara y correctamente al Cliente

Respecto a los derechos del consumidor, la información brindada antes y durante la vigencia del plan debe ser clara, precisa, completa, sin ambigüedades ni ocultamientos, de modo que el cliente pueda tomar las decisiones que desee en base a sus propios intereses y/o posibilidades económicas.

En otras palabras, ninguna intención de cerrar una eventual venta o suscripción puede justificar no dar a conocer alguna circunstancia esencial para que el cliente decida por sí mismo o influir en su decisión en base a datos no validados, sin fundamento contractual o directamente falsos.

Del mismo modo, durante la vigencia del plan, la información brindada por el asesor a cargo debe ser clara y transparente, evitando cualquier conducta inductiva contraria al interés del cliente.

Lo que se expresa en este apartado no significa deslindar o limitar en absoluto la propia responsabilidad del consumidor en cuanto a leer minuciosamente y prestar debida atención a la documentación que define las condiciones generales de la solicitud de adhesión, a los fines de que pueda conocer los alcances y modalidad del Plan, sus obligaciones y derechos. Como se ha expresado anteriormente, la contratación a través del canal del plan de ahorro genera, inexorable e ineludiblemente, obligaciones recíprocas.

4. La importancia del área de Atención al Cliente ante eventuales conflictos

A pesar de generarse las condiciones y esfuerzos necesarios para evitar conflictos, la posibilidad de los mismos existe por lo que es necesario desplegar una gestión apropiada cuando se presentan circunstancias de tal tipo.

Cabe entonces capacitar a todos los sectores a efectos de tender una red de contención que permita encontrar la mejor solución posible a la controversia suscitada, así como también brindar las explicaciones técnicas claras y específicas que correspondieran para el caso de que la solución no se condiga con las expectativas del cliente.

En primer lugar, se requiere de un manejo apropiado del lenguaje que permita limitar la existencia misma del conflicto futuro, asumiendo actitud proactiva que identifique alertas tempranas de aquellos temas esenciales del sistema de ahorro previo que merecen particular atención (valor móvil de la unidad, formación grupo, adjudicación de los bienes, liquidación de grupo, renuncia/rescisión, entre otros).

De esta forma, tanto los asesores de la red oficial de los agentes como los clientes podrán poner freno a potenciales problemas provenientes de situaciones no deseadas o malentendidas. Es que la finalidad perseguida por todos los actores es la de llegar a una contratación clara, precisa, informada y realmente consentida en un todo por el suscriptor.

Por último, es necesario fortalecer, capacitar y dimensionar positivamente a todas las partes que interactúan en el sistema de ahorro previo, principalmente a los asesores de la red oficial de concesionarios/agentes, sin descuidar al cliente. Ello se logra trabajando en equipo con todas las áreas (fuerza de ventas y administración), haciendo que funcionen en forma coordinada con el fin de brindar una mayor y mejor atención.