	Versión : 1.0	Estado: No Vigente	Página 1 de 13
	REPORTE SOBRE PUBLICIDAD AUTOMOTRIZ		

I. RESUMEN EJECUTIVO

1. El siguiente reporte presenta los resultados del monitoreo y análisis de la publicidad comercial automotriz, realizada por el Observatorio de Publicidad y Prácticas Comerciales, sobre 19 piezas publicitarias recogidas entre el 01 y 11 de agosto de 2014. El informe analiza la presencia o ausencia de 14 variables referidas a la forma y el contenido en que se presenta la información según lo estipula la Ley 19.496. El criterio para la selección de las piezas se refiere a la presencia de alguna operación de crédito.
2. Los medios de transporte son articuladores fundamentales de la sociedad contemporánea, su importancia pasa por la estructuración del sistema productivo y la conectividad territorial hasta el acceso al trabajo y disfrute del ocio por parte de las personas. En particular, en un mundo cada vez más urbanizado, es el automóvil una de las principales herramientas de movilidad de las personas, afectando los modos en que éstas habitan, viajan y socializan.
3. Lo anterior se observa en cifras del Instituto Nacional de Estadísticas (INE), las cuales muestran que en el año 2013 el parque de vehículos motorizados en circulación en el país llegó a 4.263.084, cifra que supera en 7,28% puntos porcentuales a lo alcanzado en el año 2012 cuando se registraron un total de 3.973.913 vehículos circulando en el país.¹
4. Aun cuando sólo el 10 % de los hogares de más bajos ingresos en el país poseen algún vehículo motorizado, la tasa de aumento en la posesión durante el periodo 1992-2002 resultó ser casi el doble de la tasa exhibida por la población general. En estos sectores la posesión involucra significaciones vinculadas al empoderamiento e inclusión social.² Sin embargo, la adquisición de un automóvil no responde solamente a una racionalidad económica o necesidad de "distinción social", sino que responde a una decisión expresada por las circunstancias u oportunidades que se le presentan al consumidor en determinados momentos.
5. Por esta razón, es necesario observar los periodos de mayor oferta y demanda en el mercado automotriz, siendo agosto el último mes del

¹http://www.ine.cl/canales/chile_estadistico/estadisticas_economicas/transporte_y_comunicaciones/parquevehiculos.php

²http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0250-71612009000200004&script=sci_arttext


año del vehículo y por tanto el mes de mayores ofertas y promociones. Ello porque en septiembre la oferta automotriz renueva sus vitrinas. De acuerdo a los datos entregados por Asociación Nacional Automotriz de Chile,³ los primeros meses del año (enero-febrero) por la influencia de las vacaciones, las ventas son menores, luego repunta en marzo, manteniéndose relativamente estable hasta agosto, mes en el cual las ventas suben cerca de 0,5 puntos porcentuales. Sin embargo, para aprovechar estas oportunidades y en consideración que comúnmente los hogares no cuentan con el dinero en efectivo, la posibilidad de adquirir un automóvil se realiza mayormente mediante el uso crédito.

- Los resultados del estudio revelaron que 4 proveedores presentan piezas oficiables y 1 se denunciará, por no informar tiempo o plazo de duración de la oferta.

Variables	Proveedores
No informa Tiempo o Plazo de duración de la oferta	Faw.
El precio publicitado no corresponde a la fotografía de la referencia.	E. Kovacs, Ford, Jaguar y Andesmotor.
Letra chica presenta frases restrictivas respecto de promesa principal	E. Kovacs.
Presenta frases susceptibles de comprobación	Ford, Faw.

- En el año 2013, el Observatorio de Publicidad y Prácticas Comerciales realizó un informe sobre la situación de la publicidad del mercado automotriz. De las 28 piezas analizadas en su momento, todas presentaron observaciones, por lo que 19 de ellas fueron oficiadas y 9 denunciadas. En comparación, este año se observa una mejora en la presentación de la información, principalmente en lo referido a la eliminación de frases "hasta agotar stock" y/o "frases referenciales", exhibición del precio en letra chica y la incorporación del CAE y CTC

³http://www.anac.cl/web/index.php?option=com_content&view=article&id=74&Itemid=98

	Versión : 1.0	Estado: No Vigente	Página 3 de 13
	REPORTE SOBRE PUBLICIDAD AUTOMOTRIZ		

II. ANTECEDENTES

En sociedades cada vez más urbanizadas el automóvil es una de las principales herramientas de movilidad de las personas, afectando los modos en que estas habitan, viajan y socializan. El crecimiento de la población y la extensión territorial de la ciudad, la ampliación de la estructura vial, la emergencia de nuevos barrios en el periurbano de las ciudades, así como de la construcción de centros comerciales, entre otras variables, torna en un imperativo para las personas el contar con medios de transportes. En virtud de lo anterior, y dados los efectos que esto provoca en la vida cotidiana de las personas y la sociedad en general, resulta ser un aspecto de interés para la actuación del Estado.

Cifras del Instituto Nacional de Estadísticas (INE) muestran que en el año 2013, el parque de vehículos motorizados en circulación en el país llegó a 4.263.084, cifra que supera en 7,28% puntos porcentuales lo alcanzado en el año 2012 cuando se registraron un total de 3.973.913 vehículos circulando en el país.⁴

La posesión de un automóvil satisface las necesidades de movilización en la ciudad y fuera de ella, pero además tiene alcances simbólicos en la diferenciación e integración social. En este sentido, a pesar de la desigualdad estructural en la sociedad chilena, aun cuando sólo el 10 % de los hogares de más bajos ingresos en el país poseen algún vehículo motorizado, la tasa de aumento en la posesión durante el periodo 1992-2002 resultó ser casi el doble de la tasa exhibida por la población general, cuestión que estudios derivan de los sentimientos de liberación, empoderamiento e inclusión social que implica la posesión de un vehículo⁵.


Sin embargo, la adquisición de un automóvil no responde solamente a una racionalidad económica o necesidad de "distinción social", sino que a una decisión que responde a circunstancias u oportunidades que se le presentan al consumidor en determinados momentos⁶. Por esta razón, es necesario observar los periodos de mayor oferta y demanda en el mercado automotriz que los estudios muestran sucede en septiembre, observándose en agosto un periodo de ofertas y promociones.⁷ Cabe destacar que para aprovechar estas

⁴http://www.ine.cl/canales/chile_estadistico/estadisticas_economicas/transporte_y_comunicaciones/parquevehiculos.php

⁵http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0250-71612009000200004&script=sci_arttext

⁶ Idem

⁷http://www.cavem.cl/sitio_socios/4Encuentro/Guillermo_Armelini.pdf

	Versión : 1.0	Estado: No Vigente	Página 4 de 13
	REPORTE SOBRE PUBLICIDAD AUTOMOTRIZ		

oportunidades y en consideración a que comúnmente los hogares no cuentan con el dinero en efectivo, la posibilidad de adquirir un automóvil se realiza mediante el uso crédito.

En suma, si bien la posesión de automóviles de sectores con bajos ingresos es menor, se observan indicios como la saturación del mercado de los grupos de ingresos altos y medios, la mayor disponibilidad y menores precios dado el ingreso de vehículos de menor costo (de acuerdo a las cifras, a partir del 2006 han ingresado 24 nuevas marcas al mercado automotriz chileno, provenientes principalmente de China e India), cuestión que lleva a pensar que en el mediano plazo crecerá de manera importante el uso y posesión de automóviles lo que nos obliga a la vigilancia permanente del mercado automotriz. De este modo, el presente informe presenta los resultados de monitoreo y análisis de la publicidad automotriz, con especial énfasis en la observación de publicidad referida al crédito.


III. OBJETIVOS DEL INFORME

- a) Analizar la publicidad comercial automotriz según la normativa vigente, Ley 19.496.
- b) Ejercitar una vigilancia activa de la publicidad comercial de crédito automotriz según los requerimientos institucionales.

III. METODOLOGÍA

- **Tipo de estudio:** Descriptivo.
- **Marco muestral:** Anuncios publicitarios referidos a Publicidad Automotriz exhibidos en prensa y televisión abierta en el periodo del 01 al 11 de agosto del año 2014.
- **Muestra:** Durante el periodo de monitoreo se registraron un total de 19 piezas publicitarias (04 corresponden a anuncios en televisión y 15



	Versión : 1.0	Estado: No Vigente	Página 5 de 13
	REPORTE SOBRE PUBLICIDAD AUTOMOTRIZ		

piezas publicitarias exhibidas en medios escritos). El criterio para la selección de las piezas se refieren a la presencia de alguna operación de crédito.

El Observatorio definió dos dimensiones para consolidar las observaciones sobre las piezas registradas en el periodo de muestreo:


1. Forma de entrega de la información (Presencia y legibilidad de condiciones claramente observables).
2. Contenido de la información (información relevante, en particular, aquella referida a operaciones de crédito).

De las dimensiones señaladas la evaluación de las piezas publicitarias se realizó en función de la ausencia o presencia de 14 variables. Las variables observadas son las siguientes:

Cuadro 1
Variables de observación para la publicidad automotriz

1	Informa las Bases de la oferta o promoción (Incluyendo Bono)
2	Presenta frase "Bases ante notario"
3	Informar del Tiempo o Plazo de duración de una oferta o promoción
4	En caso de concursos, informa sobre el monto o número de premios y el plazo en que se pueden reclamar
5	Informa precio en moneda nacional
6	Informar Precio con IVA y sin IVA, siendo éste último de mayor tamaño que el primero.
7	Precio publicitado corresponde a la fotografía de la referencia.
8	Informa CAE y CTC
9	Utiliza letra chica, con buen contraste, en forma horizontal y legible
10	Letra chica presenta frases restrictivos respecto de promesa



	Versión : 1.0	Estado: No Vigente	Página 6 de 13
	REPORTE SOBRE PUBLICIDAD AUTOMOTRIZ		

	principal
11	Presencia de frase "fotos o Imágenes Referenciales"
12	Imagen de automóvil coincide con el se ofrece
13	Utilización de la frase «Hasta agotar stock» u otras frases restrictivas
14	Presenta frases susceptibles de comprobación

IV. CONCLUSIONES

En conformidad a las observaciones realizadas a la publicidad automotriz resumidas en el **cuadro 2**, el Observatorio de Publicidad y Prácticas Comerciales **oficiará a los proveedores E.Kovacs, Faw, Ford, Jaguar y Andesmotor** por publicitar un precio que no corresponde a la fotografía de referencia, la presencia en la letra chica de frases restrictivas respecto de la promesa principal y frases susceptibles de comprobación⁸. Además **denunciará en al proveedor Faw** por no informar el tiempo o plazo de duración de la oferta.


Cuadro 2

Observaciones detectadas en la publicidad automotriz según proveedor

Variables	Proveedores
No informa Tiempo o Plazo de duración de la oferta	Faw.
El precio publicitado no corresponde a la fotografía de la referencia.	E. Kovacs, Ford, Jaguar y Andesmotor.
Letra chica presenta frases restrictivas respecto de promesa principal	E. Kovacs.
Presenta frases susceptibles de comprobación	Ford, Faw.

⁸ Cabe señalar que la observación y análisis de las piezas publicitarias no se realizó sobre la base de una discriminación por precio del vehículo, sino que por las variables mencionadas en el punto que explica la metodología.





	Versión : 1.0	Estado: No Vigente	Página 7 de 13
	REPORTE SOBRE PUBLICIDAD AUTOMOTRIZ		


En el año 2013, el Observatorio de Publicidad y Prácticas Comerciales realizó un informe sobre la situación de la publicidad del mercado automotriz. De las 28 piezas analizadas en su momento, todas presentaron observaciones, por lo que 19 de ellas fueron oficiadas y 9 denunciadas. En comparación, este año se observa una mejora en la presentación de la información, principalmente en lo referido a la eliminación de frases "hasta agotar stock" y/o "frases referenciales", exhibición del precio en letra chica y la incorporación del CAE y CTC.


IV. ANÁLISIS DE LA PUBLICIDAD AUTOMOTRIZ


Del total de 19 piezas publicitarias que fueron seleccionadas para su análisis, 05 de ellas presentan observaciones respecto de las variables consideradas en el informe:


<p>Proveedor: FAW Medio: Las Últimas Noticias Fecha: 02-08-2014</p> 	<p>Observaciones:</p> <ol style="list-style-type: none"> La publicidad exhibe una oferta sin informar el Tiempo o Plazo de duración de la misma. Publica frase susceptible de comprobación: <i>"Alta performance y bajo consumo de combustible"</i>.
--	---

<p>Proveedor: E.KOVACS Medio: El Mercurio Fecha: 09-08-2014</p> 	<p>Observaciones:</p> <ol style="list-style-type: none"> Falta de información veraz y oportuna: el precio publicitado no corresponde a la fotografía de referencia; y, La letra chica presenta una frase restrictiva respecto de la promesa principal al indicar que: <i>"el valor de la cuota es meramente referencial"</i>
--	---

<p>Proveedor: FORD Medio: La Tercera. Fecha: 02-08-2014</p> 	<p>Observaciones:</p> <p>a) Falta de información veraz y oportuna: el precio publicitado no corresponde a la fotografía de referencia; y,</p> <p>b) Publica frase susceptible de comprobación: <i>"Precio único e insuperable".</i></p>
--	--

<p>Proveedor: JAGUAR Medio: Diario Pulso. Fecha: 11-08-2014</p> 	<p>Observaciones:</p> <p>a) Falta de información veraz y oportuna: el precio publicitado no corresponde a la fotografía de referencia.</p>
--	--

<p>Proveedor: ANDESMOTOR Medio: El Mercurio Fecha: 02-08-2014</p> 	<p>Observaciones:</p> <p>a) Falta de información veraz y oportuna: el precio publicitado no corresponde a la fotografía de referencia.</p>
--	--

 SERNAC Ministerio de Economía, Fomento y Turismo Gobierno de Chile	Versión : 1.0	Estado: No Vigente	Página 9 de 13
	REPORTE SOBRE PUBLICIDAD AUTOMOTRIZ		

VI. ANEXO: PIEZAS OBSERVADAS

a) Proveedor: FAW



UN HATCHBACK A PRECIO DE CITYCAR

EXPECTATIVA **REALIDAD**

DISEÑO DE VANGUARDIA Y COMFORT ALTA PERFORMANCE Y BAJOS CONSUMOS DE COMBUSTIBLE DURABLE ARRANQUE Y FRENSOS ABS+EBD SEGURIDAD QUE DA CONFIANZA

OFERTA A SÓLO \$3.990.000*

PRECIO DE LISTA \$4.890.000
 BONO FAW \$600.000, CUALQUIER MEDIO DE PAGO
 BONO FINANCIAMIENTO FORUM \$200.000

Deluxe MÁS QUE TU PRIMER AUTO

www.faw.cl
FORUM

FAW Cuenta con **maco**

CONCESIONARIOS:
 OVALLE: La Elegante, Beravente 147, Tel.: (51) 233 46 28 - LA SERENA: La Elegante, Bolmacedo 4415, Fax: 9, Tel.: (51) 233 45 02 - VICUÑA: La Elegante, Arturo Prat 308, Tel.: (51) 233 45 45 - SANTIAGO: Movicones, Av. Anéxico Vespucio 1156, Local F1 Huerchilaba, Tel.: (82) 2618 4548 / Grass y Anadol, Av. Vicuña Mackenna 7664, La Florida, Tel.: (5) 2485 3180 / Av. Irarrázaval 2325, Nulva, Tel.: (82) 2485 3025 / Talcán & Ibaquero Av. Manuel Montt 1900, Providencia, Tel.: (82) 2205 5450 / Autocastillo: Av. Manuel Antonio Matta 1804, Quilicura, Tel.: (82) 2686 9777 - VIÑA DEL MAR: Mach, Av. Libertad 1080, Tel.: (52) 217 6713 - RANCAGUA: Del Real Auto, Av. Fiestas 471, Tel.: (72) 232 6070 - TALCA: Autocastillo, Ube Norte 2260, Tel.: (71) 224 1439 - CHILLÁN: Autocastillo, O'Higgins 560, Cel.: (51) 313 2131 - CONCEPCIÓN: Autocastillo, Los Carrera 323, Tel.: (41) 246 2200 - LOS ANGELES: Autocastillo, Av. Alemania 727, Tel.: (43) 221 90 22 - TEMUCO: Autocastillo, Casapichán 6361, Tel.: (45) 240 3069 - VALDIVIA: Autocastillo, Av. Pizarro 991, Tel.: (83) 222 2244 - PUERTO MONTT: Autocastillo, Urubanda 1024, Tel.: (85) 228 9002 - PUNTA ARENAS: Sociedad Real, Av. 2 Sur, marplatense, calles 3 y 4, zona franca.
 *Precio \$ 3.990.000 correspondiente al modelo v2 DELUXE, precio incluye bono importador de \$ 800.000 para todo medio de pago. Y bono Forum de \$ 200.000, sólo para vehículos financiados con Forum, con un pie máximo del 40% correspondiente a \$ 1.590.000 y un plazo máximo de 24 cuotas, CAE 44,82, CTC \$ 3.090.840, costo total del vehículo \$ 5.296.840. Queda sujeto a confirmación de antecedentes comerciales y financieros del cliente. Stock disponible del modelo v2 DELUXE 150 unidades, según exista sector reserva.

b) Proveedor: E.KOVACS

CHEVROLET TRAVERSE
EL MODELO CON EL ESPACIO MAS GRANDE DE ESTA CATEGORÍA Y PARA OTRAS CATEGORÍAS. UNA PRUEBA DEL INGENIO DE CHEVROLET.



CAPACIDAD PARA 8 PASAJEROS
AIRBAG CENTRAL - ÚNICO EN LA CATEGORÍA
SISTEMA DE ENTRETENIMIENTO MY LINK

TRAVERSE III 1LT SJ 5P 3.6L FWD	CAE: 26,18% **
PRECIO DE: \$19.490.000*	PIE: 50% **
48 CUOTAS MENSUALES DESDE \$329.000 **	COSTO TOTAL DE CREDITO: \$10.819.312 **
	MONTO A FINANCIAR: \$10.350.268 **

GARANTIA DE
120.000 km
6 AÑOS




[@ChevroletKOVACS](https://twitter.com/ChevroletKOVACS)
facebook.com/ChevroletKovacs

SANTIAGO / SEMINARIO 385 PROVIDENCIA
 MOVICENTER / A. VESPUCCIO NORTE 195 HUECHURABA
 MALL PLAZA SUR / SAN BERNARDO *** INOS
FONO SANTIAGO 600-8996600



Fotografías corresponden a modelo: Traverse IV LTZ SJ 5P 3.6L AWD. Precios válidos desde 01/08/14 hasta 30/08/14. (*) Precio corresponde a modelo: Traverse III LT SJ 5P 3.6L FWD (***) Valor cuota es meramente referencial, solo incluye seguro de desgravamen y triple protección, gastos CAMA, gestión de prenda y garantía, impuesto al pagaré. Condiciones plan CAMA: financiamiento para Traverse III LT SJ 5P 3.6L FWD considera un pie de \$ 9.145.000 48 cuotas de \$ 329.000. No incluye costo de efectuar los límites anteriores del concesionario. Variación en plan de tasas así como otros gastos pueden aplicar, lo que podría modificar el valor de cuota publicado. Condiciones del crédito son de exclusiva responsabilidad de CAMA. (accede a las políticas crediticias vigentes).

c) Proveedor: FORD

| Esta **oportunidad** tiene los días contados. |

Sólo por agosto, llévate tu Ford Explorer a un precio único e insuperable.



FORD EXPLORER

DESDE: **\$ 16.990.000***

Bono: \$1.600.000**

24 cuotas de: \$320.000 | CAE: 20,21%

Precio sin Bono:	\$18.590.000	Pie	\$5.097.000
Precio con Bono:	\$16.990.000		

+ VFMG:	\$8.502.602	Costo total del crédito:	\$16.182.602
		Monto financiado:	\$ 11.893.000
		Costo total del vehículo:	\$ 21.279.602



Ford Fiesta Sedán



Ford Focus




Ford Ranger

*Fotografía corresponde a modelo Ford Explorer versión XLT y precio desde a modelo Ford Explorer versión EcoBoost, válido hasta el 31 de Agosto de 2014. Cuota calculada en base a crédito Fórum compra inteligente modelo Ford Explorer EcoBoost. VFMG: Valor Futuro Mínimo Garantizado. ** Bono incluye \$1.000.000 sólo para compras con financiamiento FORUM. Cuota incluye seguro de desgravamen, gastos operacionales e impuesto al mutuo. Aprobación del crédito sujeta a confirmación de antecedentes financieros y comerciales del cliente.


ford.cl | Callegari Ltda. - Siglo XXI - Auto Summit Chile S.A. - Forcenter S.A. - Salazar Israel - Curifor S.A. - Difor Chile S.A. - Automotora Gomá - Auto Castillo - Southland Motors



Go Further

	Versión : 1.0	Estado: No Vigente	Página 12 de 13
	REPORTE SOBRE PUBLICIDAD AUTOMOTRIZ		

d) Proveedor: JAGUAR



JAGUAR XF
SO ALIVE,
IT READS THE ROAD.

DITEC | **forum** | **max**

Un Jaguar se siente intencionalmente diferente. Está lleno de tecnología, pero también de emoción. Su Dinámica Adaptativa configura el automóvil 500 veces por segundo y su Cambio Secuencial selecciona intuitivamente el cambio de marcha en sólo un pestañeo. Todo va en la creación de legendarios autos deportivos que se sienten increíblemente vivos.

Agenda tu Test Drive y descubre lo que hace que cada Jaguar se sienta tan vivo.
www.jaguar.cl


CON FINANCIAMIENTO FORUM A PARTIR DE 24 CUOTAS DE
\$349.900* CAE 7,91%
PRECIO: \$28.775.334
COSTO TOTAL CRÉDITO: \$21.358.376
PRE: \$10.071.367 (35%) | + VFPM: \$12.960.776 (cuota 25) | TASA: 0,50%

HOW ALIVE ARE YOU?

Seccionales:
• Avda. Vitacura 3461, Vitacura, Santiago. Teléfono: 2544 7184
• Avda. del Parque 4002, Ciudad Empresarial, Santiago. Teléfono: 2544 7200
• Avda. Raúl Lastarria 1286, La Reina, Santiago. Teléfono: 2544 7182

JAGUAR

Monto del crédito \$16.703.967, costo total del crédito \$21.358.376, valor total del vehículo \$31.429.743 modelo Jaguar XF Luxury (*). Cuota calculada en base a Crédito de Compra Inteligente Forum a 24 cuotas de \$349.900 (más + V.F.M.G. (cuota 25) de \$12.960.776 - (corresponde a Valor Futuro Mínimo Garantizado). Costo total del crédito y cálculo del CAE incluyen seguro de desgravamen, impuesto al crédito y gastos operacionales. Aprobación del crédito sujeta a confirmación de antecedentes financieros y comerciales del cliente. Promoción válida hasta el 31 de agosto de 2014 para un stock de 5 unidades. Foto referencial, corresponde a modelo Jaguar XF18.

 SERNAC Ministerio de Economía, Fomento y Turismo Gobierno de Chile	Versión : 1.0	Estado: No Vigente	Página 13 de 13
	<h2>REPORTE SOBRE PUBLICIDAD AUTOMOTRIZ</h2>		

e) Proveedor: ANDESMOTOR



TERRACOTA RECOMPENSA!
ESPECTACULAR BONO
\$1.200.000 + IVA
 TODOS LOS MODELOS

FOTON
 Versión 4x2 DL (básica)
\$8.590.000 + IVA*
\$10.222.100 IVA incl.
 Precio incluye bono

48 CUOTAS DE \$274.685 IVA incl.
PRE DE 20% \$2.044.420 IVA incl.

CAE 25,78%
 COSTO TOTAL DEL CREDITO \$13.194.880
 COSTO TOTAL DEL VEHICULO \$15.229.300

Versión DL 4x2 no incluye tapabomas, neblineros ni pisacostas

ANDESMOTOR
 Una Empresa del Grupo KAUFMANN

www.foton.cl

Acelera!
 Solo 30 unidades

KAUFMANN
 FINANCIERA CONJUNTA

VENTAS:
02-2481 3939

Encuétrenos en salas Kaufmann, Andes Motor y red de Concesionarios a lo largo del país

Fotografía corresponde a 4x4 DL

Oferta válida para 30 unidades hasta el 31 de agosto de 2014, solo a través de Kaufmann Servicio Financiero para vehículos facturados hasta esa fecha o hasta agotar stock de 30 unidades. *Precio incluye bono Andes Motor de \$100.000 + IVA y bono Kaufmann Servicio Financiero de \$100.000 + IVA. Costo referencial calculado al día 25/07/2014. Costo Total del Crédito y cálculo CAE incluyen seguro de desgravamen, impuesto al crédito y gastos operacionales. Costo calculado en base a crédito convencional Kaufmann Servicio Financiero de 48 cuotas fijas. Aprobador del crédito sujeto a confirmación de antecedentes financieros y comerciales del cliente, por Kaufmann Servicio Financiero.