

Fecha: 28-03-2021
 Medio: Las Últimas Noticias
 Supl.: Las Últimas Noticias
 Tipo: Actualidad
 Título: **Cómo comprar y vender un auto usado a buen precio por Facebook**

Pág.: 18
 Cm2: 770,7
 VPE: \$ 4.238.130

Tiraje: 91.144
 Lectoría: 224.906
 Favorabilidad: No Definida

Francisca Aliaga ha vendido cinco autos desde noviembre, con márgenes de ganancias que superan el millón de pesos.

WILHEM KRAUSE

Francisca Aliaga (@francisca_aliaga) y su marido tienen el costumbre de cambiar el auto una vez por año. En noviembre pasado ella se puso a ver a qué precio estaba su Mazda 3 año 2015 y se llevó la sorpresa de que el auto que había comprado en febrero por \$6,9 millones, ahora estaba sobre los \$8 millones. Lo vendió por \$8,5 millones.

Desde ahí ha comprado y vendido cinco vehículos, siempre sacando márgenes de ganancias que superan el millón de pesos. ¿Su red social favorita para hacerlo? Facebook, donde ha comercializado tres (los otros dos por Yapo).

"La ventaja es que es muy masivo, utilizado por personas de todas las edades, y la gran mayoría pasa gran parte de su día usando esa red, por lo que es muy probable que, si hay alguien interesado, vea tu aviso, versus otras páginas donde la gente no le dedica tanto tiempo a la búsqueda (de autos); además no cobran comisión", relata.

¿Cómo lo hace para encontrar autos usados a buen precio? Buscando día y noche. "El que busca, encuentra. Me ha funcionado levantarme muy temprano y acostarme muy tarde revisando datos, es que la cosa se mueve mucho; a veces llamaba por un vehículo publicado a las 8 de la mañana y a las 4 de la tarde ya estaba vendido", cuenta.

Como en Facebook el contacto entre interesados se hace directo, a la hora de comprar Aliaga tiene varias tácticas: pide la patente del auto "y si me interesa mucho, saco los datos por medio de Autofact y también el certificado de multas". Lo ideal, dice, es que si se agenda una reunión se vaya a ver el vehículo de día y con un mecánico". Su principal consejo: nunca, pero nunca caer en historias trágicas, vendedores apurones o transferir cuando piden plata para ir a ver el auto.

"Varias veces, cuando encuentro uno a buen precio, al momento de llamar para coordinar una visita empiezan con los peros: que tienen muchos interesados, que para asegurar la visita hay que realizar una transferencia mínima de \$200 mil, pero uno como vendedor sabe que uno no pide ese tipo de cosas, menos cuando aún no han visto el auto", afirma.

Transparencia ante todo

Si se trata de vender, la emprendedora cree que se debe ser transparente en los detalles y estado del vehículo. "Detallar los kilómetros, la versión, qué motor tiene, los dueños, cuantas copias de llaves. Y al tener todos los detalles publicados, la gente que realmente está interesada es la que te habla. Hoy ves muchos avisos en los que describen el auto de una manera y cuando lo vas a ver, no era lo que se publicó". Le pasó con un Mazda 3 cuyo vendedor "aseguraba que estaba en excelentes condiciones, pero al lle-



"El que busca, encuentra", dice Francisca Aliaga, que se maneja bien vendiendo por esta red

Cómo comprar y vender un auto usado a buen precio por Facebook

El economista Roberto Saavedra, académico de la Universidad Mayor, afirma que la principal ventaja de esta plataforma es la rapidez de la comunicación entre los usuarios.

gar nos dimos cuenta de que estaba chocado y con los airbag reventados. Cuando le preguntamos, dijo que era imposible encontrar un auto con dos años de uso sin detalles".

María Isabel Jara vendió en diciembre un Samsung SM3 de 2010 al mismo precio que lo compró: \$2.650.000. Cree que la principal ventaja de usar Facebook es su rapidez. "Es súper rápido, lo publiqué en la mañana y en la tarde ya lo tenía tratado. Yo creía que me iba a demorar un mes en hacerlo". Cuenta que recibió tres visitas el mismo día. "En general, fue una buena experiencia", afirma.

Christián Zenteno, emprendedor que lleva años vendiendo por Facebook, dice que es fácil darse cuenta cuando alguien está de verdad interesado en comprar un vehículo. "La gente que habla en serio, que realmente tiene el dinero, no pregunta mucho y pide cita al tiro para verlo. Casi siempre es el interesado real que se lo lleva".

Marcos Pueyrredon, presidente

del Instituto Latinoamericano de Comercio Electrónico eCommerce y global executive SVP en VTEX, explica que la pandemia causó una hiper aceleración en el comercio online. Así fue cómo se llegó a vender autos, casas y de todo por esta vía. "El usuario cambió drásticamente sus hábitos de consumo, los hiper digitalizó y descubrió que podía lograr la misma experiencia o mejor por canales digitales. Las empresas, al ver que no tenían otra opción, tuvieron que volcarse masivamente a utilizar los puntos de contacto y venta digitales, y eso facilitó y alimentó ese cambio de hábitos", dice.

En cuanto al uso de Facebook para la venta de vehículos, Roberto Saavedra, economista y académico de la Escuela de Negocios de la Universidad Mayor, cree que la principal ventaja de esta plataforma es la rapidez de las comunicaciones entre usuarios. "Eso es muy potente", asegura. Pero a su juicio es más óptima para la venta de objetos de menor valor que un vehículo. Cree que aún le falta un sistema

de reputación, como el que se usa en AliExpress o en Mercado Libre, que indique la fiabilidad de los vendedores, y que las principales falencias están en los temas de seguridad.

Javier Sánchez, profesor de la Facultad de Derecho de la Universidad Finis Terrae y magister en marketing digital y e-commerce, postula que el marketplace de Facebook tiene la gran ventaja de que hay pocos trámites y es realmente rápido. "No hay terceros, no se cobra una comisión por estar ahí, es mucho más sencillo. Jurídicamente tienes menos trabas administrativas, no estás reconociendo ningún tipo de compra o venta. Cuando estás en un e-commerce normal, es una actividad empresarial; acá estás vendiendo uno o dos elementos", precisa.

De acuerdo con Christian Rodiek, socio fundador del portal de trámites online FirmaVirtual (<https://bit.ly/3cuRTS0>), aún no es posible hacer traspasos de dominio online de vehículos entre personas naturales. "Firmar un contrato de compraventa online no es factible. Se debe hacer de manera presencial: se requiere el padrón, certificado de anotaciones, cédula de identidad del vendedor y del comprador. Sin embargo, en el caso de un vendedor-empresa, sí se puede hacer online, emitiendo una factura que debe contener los datos del modelo del vehículo, motor, color, chasis y patente", destaca.

» "El usuario cambió drásticamente sus hábitos de consumo, los hiper digitalizó y descubrió que podía lograr la misma experiencia o mejor por canales digitales"

Marcos Pueyrredon, especialista en e-commerce