

Tirada: 43.477	CincoDías	Superficie: 1.05 cm²	
Difusión: 31.120		Ocupación: 93,25%	
(O.J.D)	Economico	Diaria	
Audiencia: 108.920	Economia		
Ref: 5996174	2ª Edición	01/04/2015	Página: 9
			1 / 1

Amazon te busca desde un fontanero a un profesor

Lanza Amazon Home Services y entra de lleno en el negocio de los servicios profesionales a domicilio

MARIMAR JIMÉNEZ Madrid

Amazon sigue ampliando las fronteras de su negocio. Y esta vez no lo hace comercializando una nueva gama de productos a través de su tienda online sino ofreciendo servicios de profesionales a domicilio, desde un fontanero, un pintor, un electricista o un jardinero, hasta un profesor particular. El gigante de internet ha puesto en marcha la sección Amazon Home Services en su página web, un movimiento que le permitirá ofrecer a sus clientes cualquier tipo de profesional relacionado con el mundo de las tareas domésticas y, en muchos casos, servicios vinculados a productos que vende en su web.

En total, el usuario podrá contratar 700 servicios, entre ellos el mantenimiento del coche o la limpieza del hogar. "Tenemos 85 millones de clientes de Amazon que compraron productos el año pasado que requieren un servicio de mantenimiento o instalación posterior. Cosas como televisores, baños y lavabos", explicó el vicepresidente de Amazon Marketplace, Peter Faricy. La calidad del servicio estará respaldada con la garantía de Amazon, la misma que utiliza la compañía para atestiguar la calidad de los productos vendidos por terceros en su página web. Según Reuters, los servicios para el hogar van a extender el papel de Amazon como intermediario para otros vendedores, que suponen el 40% de sus ventas. Esto podría ayudar a Amazon a ganar fuerza en el creciente mercado de servicios en Estados Unidos estimado en un valor de 630.000 millones de dólares, añadió la citada agencia. "Los terceros [se refiere a los que venden sus productos a través de Amazon] estiman que los consumidores gastan cuatro veces más al año en servicios de lo que gastan en productos físicos", continuó Faricy. "Por eso es una oportunidad muy grande para nosotros".

La idea puesta en marcha por Amazon no es nueva. Por ejemplo, en España lleva tiempo funcionando el portal Familiafacil.es, fundado por Nieves Fernández. En él se pueden localizar desde empleados del hogar a canguros y cuidadores de mayores y discapacitados, profesores, cuidadores de mascotas, cocineros o alguien que te arregle el jardín. Y, al igual que Amazon, Familiafacil.es también asegura que su objetivo es ayudar a las familias a buscar personal de confianza en todo el territorio español (en su caso) y en Estados Unidos en el caso de la multinacional estadounidense,

AUTÓNOMOS

UNA ALTERNATIVA PARA ENCONTRAR CLIENTES

● Si Amazon Home Services tiene éxito, el gigante del comercio electrónico se convertirá en una alternativa para que los autónomos estadounidenses –y de otros países, si finalmente la compañía decide extender la iniciativa– consigan clientes.

● La fundadora de Familiafacil.es, Nieves Fernández, también destaca que su plataforma de empleo es una buena herramienta para conciliar vida familiar y laboral, pues los profesionales a domicilio suelen ser un elemento clave para cubrir las necesidades de muchos hogares.

porque de momento solo ha lanzado el servicio en ese país. Además, los portales de limpieza (especializados en conectar a clientes y limpiadores para el hogar) se han convertido en un negocio emergente y que atrae a inversores de ambos lados del Atlántico. Sin ir más lejos, la semana pasada la alemana Helpling, presente en más de 200 ciudades de 12 países, captó 42 millones para impulsar su crecimiento. Una cifra que se sumaba a otra ronda de financiación de 13 millones que cerró a finales de 2014. Otro de sus rivales, la estadounidense Homejoy, captó más de 30 millones el pasado año.

En ella participan Redpoint Ventures y uno de los grandes rivales de Amazon, Google, que ha invertido a través de Google Ventures.

Pese a que plataformas para profesionales que ofrecen servicios existen desde hace mucho tiempo, el movimiento de Amazon es importante, porque como señala Enrique Dans, profesor del IE Business School, la cuestión "no está en montar una plataforma para que los pro-



El servicio competirá con otros portales como Homejoy, o Helpling y Familiafacil si llega a España y a Europa, y con sitios web de anuncios clasificados como Yelp o Craigslist

fesionales ofrezcan sus servicios, sino hacerlo "al estilo Amazon": con sus sistemas de valoración, sus garantías de satisfacción y, sobre todo, su escala. La idea es crear un servicio *envolvente*, en el que el usuario mantiene los estándares a los que la compañía ha logrado acostumbrarle, y que trata de extenderlos a profesionales ajenos a la empresa, pero que aceptan trabajar con sus reglas y tienen buen cuidado de hacerlo de manera rigurosa, dado el riesgo que puede llegar a suponer quedarse fuera de una plataforma así".

Ofertas paquetizadas

Amazon lanzará el nuevo servicio en todo EE.UU. con una "alta cobertura" en Seattle, San Francisco, Los Ángeles y Nueva York, y el cobro se hará a través de esta empresa, quien pagará a los profesionales una vez que estos hayan concluido su trabajo. Al igual que Familiafacil.es, Helpling o Homejoy, Amazon garantiza que los profesionales que ofrecen a través de su web están dados de alta como autónomos, han pasado un proceso de selección y tienen certificado de antecedentes penales. "El objetivo es que los usuarios puedan contratar una ayuda extra para su casa con total tranquilidad, pues los profes-

sionales cuentan con un seguro que les cubre completamente", decía hace poco a este periódico Manuel Arauco, director de Helpling España.

Amazon también destacó que han estandarizado y paquetizado todas sus ofertas de servicios, de modo que el cliente pueda saber lo que se le va a hacer y cuánto va a costarle por adelantado, "sin sorpresas". Y que ofrecerá igualar los precios si los clientes encuentran otro menor para el mismo servicio hasta 30 días después de la compra. Los servicios para el hogar de Amazon tendrán un modelo de reparto de ingresos con el proveedor del servicio. El *retailer* cargará un 5% a la tarifa, junto con las tasas de la plataforma que van del 10% en los servicios personalizados al 15% en los estandarizados.

"Mi impresión", añade Dans, es que Amazon Home Services "puede suponer un cambio muy importante en la forma en que muchas personas buscan este tipo de profesionales. Que pueden ser una versión moderna y sensiblemente mejorada de lo que en su día fueron las páginas amarillas". Ciertamente, el servicio de Amazon competirá, además de con las plataformas citadas, con Craigslist y Yelp, los sitios web de anuncios clasificados.