

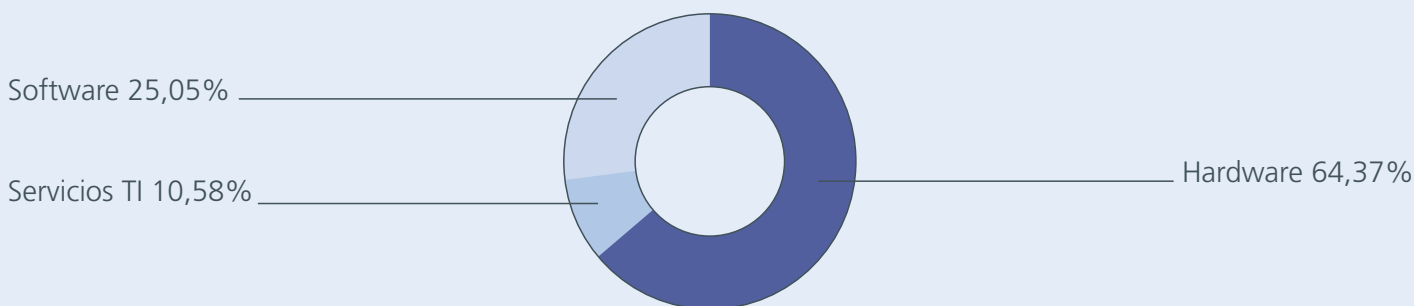
CONTEXTO SECTORIAL

Una tienda de informática es un establecimiento especializado en la venta al por menor de productos informáticos, equipos programas, consumibles y periféricos. Adicionalmente, ofrecen servicios de mantenimiento y reparación.

El gasto per cápita en TI en España se situó en 324 euros/año, en 2011, por debajo de la media UE-27 de 638 euros. En el canal de ventas indirectas, al que pertenecen las tiendas de informática, el 64,4% de las ventas corresponden a hardware, el 25,0% a software y el 10,6% a servicios TI. El área de servicios TI (consultoría, soporte, mantenimiento, formación, etc.) ha sufrido en 2011 un incremento del 6,2% en facturación con respecto a 2010.

Gran parte de las ventas de equipos en el futuro serán absorbidas por grandes fabricantes y grandes superficies, lo que dejará un nicho de mercado al servicio y mantenimiento.

DISTRIBUCIÓN DE VENTAS INDIRECTAS POR ÁREA DE ACTIVIDAD. AÑO 2011 (%)



DAFO

AMENAZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> Dependencia de la coyuntura económica Progresiva saturación del mercado Competencia de grandes superficies, cadenas de tiendas y franquicias Competencia de la venta online directamente de fabricantes Incremento de las reparaciones para no comprar equipos nuevos 	<ul style="list-style-type: none"> Implantación de nuevas tecnologías en los hogares y las empresas Alto potencial de crecimiento del sector Programas de institucionales de promoción de la Sociedad de la Información y las TIC Rápida obsolescencia de los equipos y sistemas informáticos Posibilidad de introducir nuevos servicios (<i>cloud computing</i>, gestión de redes sociales, alojamiento web, etc.) Venta de equipos de segunda mano
PUNTOS FUERTES	PUNTOS DÉBILES
<ul style="list-style-type: none"> Surtido profundo y especializado Capacidad para ampliar la cartera de productos La introducción de redes inalámbricas Atención personalizada Posibilidad de fidelizar a la clientela 	<ul style="list-style-type: none"> Escasez de profesionales con experiencia Necesidad de invertir continuamente en la formación de los empleados Aumento del aplazamiento del pago por parte de las grandes empresas Negocios pequeños con pocos recursos

ANÁLISIS COMPETITIVO EN LA COMUNIDAD VALENCIANA

En la Comunitat Valenciana existen 2.052 establecimientos comerciales minoristas dedicados a la venta de productos tecnológicos, lo que supone el 3,0% del comercio valenciano.

La dotación comercial se sitúa aproximadamente en una tienda por cada 2.500 habitantes. La mayor parte de las tiendas se encuentran en la provincia de Valencia (49,2%).

PERFIL DE LA EMPRESA

El 98,7% de las empresas comerciales minoristas valencianas son microempresas, con menos de 9 trabajadores. La mitad de las empresas no tienen empleados asalariados. La forma jurídica más utilizada es la de Sociedad Limitada o autónomo.

¿QUÉ SERVICIOS PUEDO OFRECER A MI CLIENTE?

PRODUCTOS BÁSICOS	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS
Venta de equipos informáticos	Contratos de mantenimiento, configuraciones a medida
Venta de programas informáticos	Servicios de reparación urgente
Consumibles	Alquiler de equipos y cursos de informática
Periféricos: impresoras, ratones, web cams, etc.	Configuración e instalación de servidores y redes
Otros productos: SAIs, agendas electrónicas, proyectores, grabador-reproductor mp3, <i>tablets</i> , etc.	Comercializador de servicios de acceso a internet y telefonía
Servicio técnico	Publicidad interactiva, Gestión de Redes Sociales, Comercio electrónico
	Diseño y desarrollo web/aplicaciones
	Cloud computing
	Protección de datos y seguridad

CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DE LA TIENDA DE INFORMÁTICA TIPO

CNAE/SIC (tienda)	47.41/57.22-73.72-76.99
IAE	65.32 si es persona física
Condición jurídica	Sociedad Limitada / Autónomo
Condición jurídica	519.323 euros
Localización	En zonas céntricas de núcleos urbanos
Personal y estructura organizativa	1 Emprendedor / 2 Técnicos / 1 Dependiente
Instalaciones	Mínimo 100 m ² (20-30 m ² almacén, 50-60 m ² exposición, taller y despacho)
Clientes	Profesionales, pymes y particulares
Herramientas promocionales	Boca-oido, cartelería, revistas especializadas, medios de comunicación locales, página web, buzoneo, emailing, visitas comerciales, etc.
Valor de lo inmovilizado/Inversión	28.050 euros
Importe gastos anuales	490.150 euros
Resultado bruto (%)	5,62%

RECOMENDACIONES

Elige un local comercial adaptada a la gama de productos que quieres ofrecer. Prevé la posibilidad de ampliar la superficie del negocio para ofrecer más servicios de soporte técnico.

Elige localizaciones céntricas o en los ejes comerciales principales del barrio, donde se produzcan las mayores afluencias de posibles compradores particulares. Busca sinergias de localización con otros establecimientos comerciales y centros públicos educativos. Si el público objetivo son empresas, la tienda se puede ubicar en un barrio menos céntrico y un comercial deberá realizar visitas a los negocios.

La formación del servicio técnico es básica. El personal debe acudir continuamente a cursos especializados para mantenerse actualizado. Asimismo, se debe fomentar la autoformación.

Septiembre (inicio del año escolar) y diciembre serán los periodos de mayores ventas de hardware. Es recomendable tener una amplia cartera de servicios para incrementar la facturación en el resto de meses.

ENLACES DE INTERÉS

www.ati.es · www.aimc.es · www.inteco.es · www.ontsi.red.es · www.ametic.es · www.portaltic.es · www.pateco.es · www.tecnonews.info