

TIENDA DE INFORMÁTICA

Fidelizar mediante el asesoramiento, la especialización y la diferenciación

1. El negocio

Según datos del INE, aproximadamente el 98% de empresas dispone de ordenadores y más del 94% dispone de conexión a Internet. En cuanto a los hogares particulares este porcentaje se acerca al 50%. La informática es hoy en día una herramienta de trabajo incuestionable, existiendo cada vez más hogares y empresas adquieren este tipo de tecnología, abriendo con ello un amplio mercado lleno de posibilidades. De este modo, existen diversos campos en los que poder especializarse, consiguiendo así mejores resultados comerciales (consultoría y asesoramiento, instalación, reparación y mantenimiento, diseño, alojamiento y mantenimiento de páginas web, venta de material informático, hosting, etc.).

Gran parte del éxito o fracaso del negocio va a depender de escoger adecuadamente el público al que se dirige, el local y la zona donde esté ubicado. Una correcta atención a los clientes, ofreciendo un buen servicio y unos artículos de primera calidad a un buen precio harán que la clientela vaya aumentando de forma paulatina. Siendo como es un negocio en expansión, resulta especialmente importante elegir la forma adecuada la forma de comercialización de los productos. El cliente habitual comprador de este tipo de productos suele preferir los establecimientos con una gran variedad de oferta, además del gran valor que concede al asesoramiento recibido. En este sector es bastante habitual la utilización de la fórmula de franquicia por el servicio y asesoramiento que ofrecen, ya que el comercio independiente tiende a desaparecer y las grandes superficies no son capaces de ofrecer asesoramiento adecuado a su clientela.

2. El local

La compra o alquiler del local será un gasto que requerirá una inversión importante. En caso de adquirir el local, esta se eleva de forma considerable. Los asesores recomiendan en principio el alquiler para evitar iniciales problemas de tesorería, no descartando la compra en un futuro. En este tipo de negocios es muy importante una buena ubicación, que estará condicionada por el tipo de cliente al que se enfoque el negocio, ya que si este se dirige a particulares deberá estar situado en una zona comercial con tradición, mientras que si los clientes son empresas, el emplazamiento debe escogerse en función de la accesibilidad a las visitas.

El local tiene que disponer de almacén con el fin de mantener un stock mínimo que permita atender de forma adecuada a los clientes. Debe contar con espacio suficiente para instalar el taller de montaje y reparaciones, un almacén (entre 20 y 30 m²), la exposición (unos 60 m² aproximadamente), un despacho para la atención personalizada, etc. En definitiva, un local adecuado debe tener en torno a unos 100 m².



3. Equipamiento y plantilla

El equipamiento mínimo que requiere una tienda de informática está compuesto por un escaparate, estanterías, mostrador, caja registradora, mesa y sillas, etc., no requiriendo para ello una inversión especialmente elevada. Por otra parte, el valor del stock que se debe tener en la tienda (discos duros, memorias, placas base, procesadores, consumibles, etc.) se situará entre los 10.000 y los 15.000 €. Es aconsejable disponer del menor stock posible pero de gran variedad, ya que en este sector los productos son modificados muy a menudo y muchos de ellos pueden quedar descatalogados. Además, en muchas ocasiones, los proveedores disfrutan de una gran capacidad de suministro en un breve espacio de tiempo, lo cual ayuda a minimizar los mencionados stocks.

Un sector tan competitivo como este requiere contar con buenos profesionales que sepan adaptarse a la continua evolución del mercado. En este sentido, resulta esencial contar por parte de todos los empleados con una formación adecuada y continua que permita actualizarse para poder asesorar a los clientes, ofreciendo así un valor añadido.

También es muy importante el dominio de las técnicas de venta y de atención al cliente habituales del comercio minorista. Una tienda pequeña puede ser atendida en exclusividad por su propietario. No obstante, dependiendo de su tamaño y de los horarios de apertura, podría ser necesario el contar con más dependientes, estableciendo turnos para atender la banda del horario comercial.

4. La competencia

Hay que ser conscientes de que la composición de la competencia viene conformada no sólo por el conjunto de tiendas independientes y cadenas franquiciadas, sino también por todos aquellos agentes que ofrecen este tipo de productos al público para su venta, como pueden ser los hipermercados y grandes superficies, distribuidores, ventas por correo o Internet, etc.

De todos modos, a pesar de que las grandes superficies han incorporado de forma habitual la informática a su oferta de productos, obteniendo una significativa cuota de mercado debido a su mejor posicionamiento en cuanto a precios, la ventaja que cuenta una tienda de informática respecto a estas superficies comerciales ha de pasar por un asesoramiento personalizado a la clientela que este tipo de establecimientos difícilmente pueden ofrecer al contar con un personal menos preparado.

En este ámbito, puesto que el sector de venta de equipos informáticos está bastante saturado, la principal estrategia utilizada es la diferenciación derivada de la capacidad de adaptación a los continuos cambios que se producen en el sector y a las posibilidades que ofrecen las actuales aplicaciones, de la preparación y formación para atender la demanda de servicios de mantenimiento y reparación, de la rapidez de respuesta a los problemas que plantean los clientes, etc.

Combinar la diferenciación junto con unos precios muy competitivos parece el camino a seguir por que un proyecto de este tipo tenga éxito. En este sector también resulta de vital importancia la fidelización de los clientes, que se ha de conseguir mediante una correcta atención a los mismos y una prestación de un servicio lo más completo posible.

5. Estrategias

Una ventaja competitiva permite tener una mejor posición que los rivales para asegurar a los clientes. Existen muchas fuentes de ventajas competitivas (ofrecer el servicio con mayor calidad, lograr menores costes que los rivales, tener una mejor ubicación, etc.). La estrategia competitiva consiste en el modo en que la empresa obtiene una ventaja. Los tres tipos genéricos de estrategia competitiva son:

- **Liderazgo en Costes.** La tienda tiene unos costes menores que sus competidores, por lo que puede ofrecer unos precios más baratos.
- **Diferenciación.** La tienda de informática oferta sus productos de forma que se diferencia de algún modo de la competencia (p.e. servicios de mantenimiento y reparación, atención personalizada, etc.). Se puede decir que es la principal estrategia competitiva utilizada en este sector.
- **Especialización o segmentación.** Consiste en centrarse en un nicho de mercado, de modo que la empresa pueda atender más eficientemente al conjunto de potenciales clientes que conforman ese nicho concreto (p.e. centros educativos, empresas, organismos oficiales, particulares, etc.).

FICHA TÉCNICA

- **Negocio:** Establecimientos especializados en la venta y/o reparación y mantenimiento de productos informáticos (software y hardware).
- **Sector:** Comercio.
- **Requisitos administrativos generales:** Licencia de actividades, CIF y alta en el censo, alta en el IAE y en IVA o IRPF, legalización de libros, inscripción en Seguridad Social.
- **Inversión:** A partir de 50.000 euros se puede financiar la reforma del local más los stocks iniciales (unos 10.000 € aproximadamente) y el equipamiento.
- **Personal mínimo:** Una persona, que podría ser el propio promotor.
- **Formación requerida:** Conocimientos de técnicas de venta y de atención al cliente y formación actualizada y continua sobre los productos que se ofertan.
- **Superficie:** El local debe tener como mínimo unos 100 m², aunque es recomendable que sea mayor.

TRÁMITES A LLEVAR A CABO

1. **Los generales para todas las empresas de nueva creación.** Ver Ficha de negocio 1 (formas jurídicas).
2. **Comunicación de Inicio o Puesta en Marcha de Actividad en el Ayuntamiento.**