

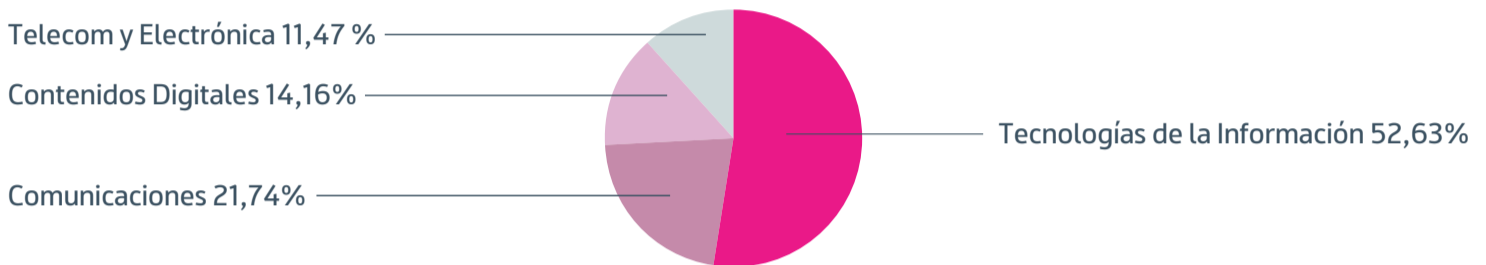
CONTEXTO SECTORIAL

Una tienda de informática es un establecimiento especializado en la venta al por menor de productos tecnológicos, como equipos informáticos (ordenadores de sobremesa y portátiles), dispositivos periféricos, programas informáticos, licencias de software, componentes y consumibles. De forma complementaria, estas empresas ofrecen servicios de instalación, mantenimiento, reparación, asesoramiento técnico y soporte informático, a particulares y a pequeñas empresas.

En el conjunto del sector digital en España, el ámbito de las Tecnologías de la Información (TI), que engloba hardware, software y servicios informáticos, representa más del 50 % del volumen total de facturación del sector digital, consolidándose como el principal motor de crecimiento. Este segmento ha mantenido una evolución positiva en los últimos años, impulsado por la digitalización de empresas, el teletrabajo, la ciberseguridad y soluciones en la nube.

Entre los segmentos de mayor crecimiento, se encuentran los relacionados con el puesto de trabajo digital y el trabajo híbrido: ordenadores personales o portátiles y dispositivos personales, software y aplicaciones ofimáticas, soluciones de videoconferencia y colaboración en línea, periféricos, etc).

DISTRIBUCIÓN DE LA FACTURACIÓN DEL SECTOR DIGITAL POR SEGMENTOS EN ESPAÑA, 2024 (%)



DAFO

AMENAZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none">· Dependencia de la coyuntura económica.· Escasez puntual de componentes clave (tarjetas gráficas, discos SSD, semiconductores).· Progresiva saturación del mercado.· Rápida obsolescencia tecnológica, que obliga a una actualización constante de conocimientos y stock.· Reducción de márgenes en la venta de hardware estándar, debido a la guerra de precios en el canal online.· Competencia intensa de grandes superficies, cadenas especializadas, franquicias y plataformas de comercio electrónico, con mayor capacidad de negociación.· Mayor sensibilidad al precio por parte de la clientela, especialmente en productos básicos.	<ul style="list-style-type: none">· Proceso de digitalización acelerada.· Crecimiento del trabajo remoto, que incrementa la demanda de equipos, redes domésticas y soporte técnico.· Incremento de las reparaciones y ampliaciones de equipos frente a la compra de nuevos dispositivos, por razones económicas y de sostenibilidad.· Potencial de crecimiento de los servicios informáticos.· Programas públicos de impulso a las TIC y a la digitalización empresarial.· Obsolescencia de equipos y sistemas informáticos.· Venta y reacondicionamiento de equipos de segunda mano, alineado con la economía circular.· Posibilidad de diversificar con otros productos/servicios relacionados con pequeños nichos de mercado (gaming, teletrabajo, educación digital, personas mayores).
PUNTOS FUERTES	PUNTOS DÉBILES
<ul style="list-style-type: none">· Proximidad y trato personalizado.· Capacidad de ofrecer reparación y mantenimiento, principal elemento diferenciador frente a la venta online.· Flexibilidad y rapidez en la respuesta.· Conocimiento técnico especializado y asesoramiento adaptado al perfil de cada persona usuaria.· Fidelización por mantenimiento con particulares y pymes.· Capacidad para adaptarse a nichos de mercado locales.· Posibilidad de introducir nuevos servicios (cloud computing, ciberseguridad básica, alojamiento web, gestión de redes y soporte remoto, etc).	<ul style="list-style-type: none">· Dependencia de profesionales cualificados, escasos y difíciles de retener.· Necesidad de inversión continua en formación, debido a la rápida evolución tecnológica.· Menor capacidad para competir en precio en la venta de equipos.· Aplazamiento de pagos por parte de clientes empresariales, con impacto en la tesorería.· Pequeña dimensión empresarial, con recursos financieros y humanos limitados.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

TAMAÑO DE MERCADO

El mercado del sector digital en España, en 2024, fue de 138.205 M€. En la Comunitat Valenciana, el gasto medio por persona en servicios de información y comunicaciones fue de 436,08 euros.

CLIENTES

Se suelen distinguir cuatro tipos distintos de clientela de una tienda de informática: profesionales, pymes, instituciones (públicas y privadas) y particulares.

ANÁLISIS COMPETITIVO EN LA COMUNITAT VALENCIANA

En 2025, en la Comunitat Valenciana existen 963 establecimientos comerciales minoristas dedicados a la venta de productos tecnológicos. La mayor parte de las tiendas se encuentran en la provincia de Valencia (53 %), seguido de Alicante con el 36 % de los negocios, y, en último lugar, Castellón con 11 %.

¿QUÉ SERVICIOS PUEDO OFRECER A MI CLIENTE?

SERVICIOS BÁSICOS

- Venta de ordenadores y componentes informáticos básicos (discos duros, SSD, memoria RAM).
- Periféricos y consumibles (teclados, ratones, impresoras, cartuchos, cables).
- Software estándar y licencias básicas.
- Reparación de equipos informáticos.

SERVICIOS COMPLEMENTARIOS

- Contratos de mantenimiento.
- Asistencia técnica a domicilio.
- Configuraciones e instalaciones a medida (servidores, redes domésticas y WiFi, impresoras y dispositivos, etc).
- Implantación de soluciones de teletrabajo.
- Seguridad informática básica.

CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DE LA TIENDA DE INFORMÁTICA CON REPARACIÓN Y MANTENIMIENTO TIPO

CNAE/SIC	47.41, 95.11 / 59.99
IAE	659.2
Condición jurídica	Sociedad Limitada / Persona autónoma
Facturación	519.323 euros
Localización	En zonas céntricas de núcleos urbanos
Personal y estructura organizativa	1 persona emprendedora / 2 técnicos / 1 dependiente
Instalaciones	100 m ² (20-30 m ² almacén, 50-60 m ² exposición, taller y despacho)
Clientes	Profesionales, pymes y particulares
Herramientas promocionales	Boca-oído, cartelería, revistas, medios de comunicación locales, página web, buzoneo, emailing, visitas comerciales, redes sociales
Valor de lo inmovilizado/Inversión	28.050 euros
Importe gastos anuales	503.398,82 euros
Resultado bruto (%)	3,07 %

RECOMENDACIONES

Selecciona un local comercial funcional y flexible, adaptado tanto a la venta de productos como a la prestación de servicios técnicos. Conviene prever espacios diferenciados (zona de atención al público, taller técnico y almacenamiento).

Elige la ubicación en función del público objetivo: si la clientela principal son particulares, es recomendable situarse en zonas con tránsito peatonal, ejes comerciales de barrio o proximidad a centros educativos. Si el foco está en empresas, pymes y autónomos, la tienda puede ubicarse en zonas menos céntricas o áreas empresariales.

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

Diversifica la oferta de servicios para reducir la estacionalidad. Aunque los picos de venta de hardware se concentran en septiembre y noviembre-diciembre, es fundamental disponer de una cartera sólida de servicios recurrentes (reparación, mantenimiento, soporte técnico, digitalización) que garantice ingresos estables durante todo el año.

Prioriza el valor del servicio frente al precio, poniendo en valor la cercanía, la rapidez de respuesta, el asesoramiento personalizado y la confianza.

Refuerza la presencia digital del negocio, mediante una web actualizada, perfiles en redes sociales y herramientas de contacto rápido, facilitando la captación y fidelización de clientela.

Explora acuerdos de colaboración con centros educativos, academias, asociaciones empresariales y comercios del entorno, que permitan generar sinergias y aumentar la visibilidad del negocio.

ENLACES DE INTERÉS

www.ontsi.es · www.ametic.es · www.red.es · www.cnmec.es · www.ati.es

