**Contextualización Negocio de gramas y suministros**

**Por: Brandon Stid Cangrejo Clavijo**

“Las empresas que implementan sistemas de información para mejorar la competitiva en el mercado, al facilitar el acceso a datos, la automatización de procesos, la comunicación de los clientes incluso en los sectores rulares o poco desarrollados digitalmente. (Revista iberoamericana de ciencia, tecnología y sociedad. 2025)”

Gramas y suministros

Por este motivo la implementación de un sistema de información en una empresa familiar dedicada a la venta e instalación de grama en el mercado es una oportunidad clave para transformar digitalmente sus operaciones y posicionarse clavemente para el conocimiento. Este sistema de información al ser desconocido por muchos clientes y ser poco digitalizado a base de la información, lo cual requiere tener unas herramientas que permitan organizar la información, educar al consumidor, controlar los inventarios, gestionar pedidos y poder mejorar la atención.

Variedad de productos y atención al cliente

La empresa ofrece distintos tipos de grama según el uso: decorativa, deportiva o para mascotas. Además, vende insumos como adhesivos, cintas, herramientas de instalación y brinda asesoría personalizada. Esto le permite adaptarse a las necesidades específicas de cada cliente (Mundo Verde, 2024; Infobae Economía, 2023).

Procesos actuales y problemáticas

A pesar de su buen servicio, Gramas y Suministros enfrenta desafíos internos: su gestión sigue siendo manual. Esto genera errores en pedidos, dificultades para controlar el inventario, retrasos en las entregas y poca visibilidad de los datos operativos. Como indican Gutiérrez y Perdomo (2022), estos problemas son comunes en microempresas sin digitalización.

Oportunidad de mejora con un sistema de información

Implementar un sistema de información representa una oportunidad clave para esta empresa. Automatizar procesos como cotizaciones, seguimiento de pedidos y control de inventarios no solo mejoraría la eficiencia, sino también la experiencia del cliente. Según Red Pyme (2023) y Vargas y Ramírez (2021), la digitalización permite tomar decisiones más rápidas, reducir errores y aumentar la competitividad de pequeñas empresas.

Referencias

Ferreyra, M. (2023). *Transformación digital en pequeñas empresas del sector construcción verde*. Revista Tecnología y Sociedad. <https://revtecysoc.org/articulo/transformacion-digital-pymes>

Gutiérrez, D., & Perdomo, L. (2022). *Gestión operativa en microempresas de servicios paisajísticos*. Revista de Ingeniería Empresarial. [https://revistaingempresarial.edu.co](https://revistaingempresarial.edu.co/)

Infobae Economía. (2023). *La personalización como estrategia en las pequeñas empresas*. <https://www.infobae.com/economia/personalizacion-servicios-pymes/>

Mundo Verde. (2024). *Césped artificial y natural: tipos y usos*. <https://www.mundoverde.com/blog/grama-tipos-usos>

PYMES Go. (2024). *Digitalización en negocios familiares: beneficios y riesgos*. <https://pymesgo.org/digitalizacion-negocios/>

Red Pyme. (2023). *Estudio de capacidades tecnológicas en microempresas de América Latina*. <https://www.redpyme.org/tecnologia-en-pymes>

Vargas, M., & Ramírez, J. (2021). *Sistemas de información como herramienta de gestión en pymes comerciales*. Universidad Distrital. <https://repository.udistrital.edu.co/handle/11349/29416>

Fuente:[latindex.org+5ojs.revistacts.net+5redalyc.org+5](https://ojs.revistacts.net/?utm_source=chatgpt.com) / [japonmatari.es](https://japonmatari.es/2021/02/17/digitalizacion-en-la-empresa-familiar/?utm_source=chatgpt.com)