

PLANEACIÓN ESTRATÉGICA EN MIPYMES DEL SECTOR DE CULTIVOS INTERIORES EN BOGOTÁ

STRATEGIC PLANNING IN MSMEs IN THE INDOOR CROPS SECTOR IN BOGOTÁ



¹ Sofia Madero

Cómo citar: Madero, S. (2025). Planeación estratégica en Mipymes del sector de cultivos interiores en Bogotá. Publicaciones E Investigación, 19(2). <https://doi.org/10.22490/25394088.9770>

Recibido 26 de Agosto 2025, Aprobado 07 Octubre 2025

RESUMEN

El presente artículo investigativo explora, a través de la identificación, descripción y análisis, los desafíos asociados con la planeación estratégica en las micro, pequeñas y medianas empresas del sector de cultivos interiores en Bogotá. Mediante una metodología exploratoria y cuantitativa, que incluyó una muestra de cinco empresas del sector, se aplicó una encuesta dirigida a empresarios, cuyos resultados revelaron varios desafíos. Entre los principales retos se destacan la limitada disponibilidad de recursos financieros, la falta de personal capacitado y las dificultades para acceder a información precisa y oportuna sobre el mercado.

A pesar de estos obstáculos, los empresarios reconocen que la planeación estratégica es esencial para establecer objetivos claros, aprovechar oportunidades, minimizar amenazas y optimizar recursos, lo que contribuye al crecimiento y sostenibilidad de sus negocios. Se concluye que una planeación estratégica adecuada fortalece el posicionamiento de estas empresas en el mercado y garantiza su desarrollo sostenible.

Palabras clave: cultivos interiores; mipymes; planeación estratégica; recursos financieros; sostenibilidad empresarial. regresión logística

¹ Contaduría pública / sofia.madero@cun.edu.co / <https://orcid.org/0009-0009-3415-3172>

ABSTRACT

This research article explores, through the identification, description and analysis, the challenges associated with strategic planning in micro, small and medium-sized companies in the indoor crops sector in Bogotá. Through an exploratory and quantitative methodology, which included a sample of five companies in the sector, a survey was applied to entrepreneurs, the results of which revealed several challenges. Among the main challenges were the limited availability of financial resources, lack of trained personnel, and difficulties in accessing accurate and timely market information.

Despite these obstacles, the entrepreneurs recognize that strategic planning is essential to establish clear objectives, take advantage of opportunities, minimize threats and optimize resources, which contributes to the growth and sustainability of their businesses. It is concluded that adequate strategic planning strengthens the positioning of these companies in the market and guarantees their sustainable development.

Keywords: business sustainability; financial resources; inland crops; MSMEs; strategic planning.



1. INTRODUCCIÓN

De acuerdo con Augusta-Moreta (2017), en el mundo empresarial actual, la planeación estratégica se ha convertido en un elemento fundamental para el éxito y la sostenibilidad de las organizaciones, especialmente para las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes). En el contexto específico del sector de cultivos para interiores en Bogotá, la implementación de una adecuada planificación estratégica cobra aún mayor relevancia debido a la creciente competencia y a las demandas cambiantes del mercado.

Las mipymes son un componente vital de la economía mundial, caracterizadas por su tamaño reducido, flexibilidad operativa y significativa contribución al empleo y al crecimiento económico. Según la Organización Internacional del Trabajo (OIT, 2019), generan alrededor del 70 % del empleo global y representan aproximadamente el 50 % del producto interno bruto (PIB) mundial. Estas empresas se clasifican según el número de empleados, los ingresos anuales o el volumen de ventas.

En este sentido, es importante entender que el sector de cultivos para interiores, también conocido como agricultura bajo techo, se refiere a la producción de alimentos y plantas en entornos controlados. Este tipo de cultivo optimiza recursos como el agua y la energía y permite la producción durante todo el año en diversas ubicaciones. Este enfoque innovador busca mitigar los desafíos climáticos y espaciales asociados con la agricultura tradicional (Observatorio Ambiental de Bogotá [OAB], 2022).

La planeación estratégica en las mipymes del sector de cultivos para interiores en Bogotá es fundamental para garantizar su sostenibilidad y crecimiento a largo plazo. Este proceso permite a las empresas identificar oportunidades y amenazas, optimizar recursos y establecer objetivos claros, aspectos esenciales en entornos dinámicos y competitivos. Para este sector, contar con una planificación estratégica sólida se convierte en un pilar clave para su éxito, especialmente debido a factores determinantes como las tendencias del mercado, la tecnología emergente y la sostenibilidad.

Tal como lo destacan diferentes autores, la planeación estratégica se constituye en un pilar fundamental para el éxito organizacional. Por ejemplo, Palacios (2020) resalta que esta práctica permite identificar oportunidades futuras, diseñar un futuro deseado y tomar decisiones informadas en el presente para maximizar el éxito. A su vez, Serrato (2024), señala que las mipymes enfrentan retos específicos, como la gestión eficiente de recursos, la diferenciación frente a la competencia y la adaptación a las tendencias del mercado, desafíos especialmente relevantes para el sector de cultivos para interiores.

De acuerdo con Porter (2008), “la clave para el éxito en un mercado competitivo radica en la capacidad de una empresa para desarrollar una ventaja competitiva sostenible”, lo que requiere una planificación estratégica cuidadosa y estructurada. En este orden de ideas, Serrato (2024) subraya que la planeación estratégica no solo ayuda a las mipymes a alcanzar sus metas financieras, sino que también genera beneficios intangibles, como una mayor cohesión interna, una visión compartida entre los colaboradores y una mejor capacidad de adaptación a los cambios del entorno. Estos beneficios son cruciales en el sector de cultivos para interiores, donde la eficiencia en la gestión de recursos y la innovación son fundamentales para mantenerse competitivo y garantizar la sostenibilidad a largo plazo.

En este contexto, surge la pregunta: ¿cómo pueden estas mipymes desarrollar estrategias efectivas que les permitan mejorar su competitividad y sostenibilidad en un mercado en constante cambio? Este artículo se propone explorar los principales desafíos que enfrentan las mipymes del sector de cultivos en interiores en Bogotá para implementar una planeación estratégica que les permita fortalecer su posición en el mercado y les permita alcanzar el éxito empresarial.

2. METODOLOGÍA

Para identificar los principales desafíos que enfrentan las mipymes del sector de cultivos interiores en Bogotá en su planeación estratégica, se desarrolló

una investigación de tipo exploratorio-cuantitativo. Este enfoque, de acuerdo con Gómez y Méndez (2020), se basa en la recopilación y análisis de datos cuantitativos que permiten identificar patrones, relaciones y tendencias de manera precisa, lo cual facilita obtener resultados objetivos y aplicables a contextos similares. La investigación incluyó varias etapas metodológicas que garantizan la validez y confiabilidad de los datos obtenidos.

En primer lugar, se realizó una investigación de las empresas ubicadas en la ciudad de Bogotá dedicadas al cultivo en interiores, a partir de la cual se identificaron un total de 115 organizaciones relacionadas con la agricultura dentro de la ciudad; sin embargo, solo cinco de ellas se dedican específicamente al cultivo de plantas para interiores.

Posteriormente, se aplicó una encuesta por medio de un formulario de Microsoft Forms a los gerentes o asistentes de gerencia de estas cinco empresas. Esta encuesta se diseñó para recopilar información relevante sobre los desafíos específicos que enfrentan en su proceso de planeación estratégica.

Se recopilaban datos tomando como base las variables de planeación estratégica en mipymes y del sector de cultivos de interiores en Bogotá, incluyendo indicadores tales como el número de empleados y clientes para determinar si correspondían a mipymes. Asimismo, se incluyeron preguntas relacionadas con los desafíos que experimentan en la planeación estratégica, así como con la importancia que los empresarios asignan a este tema. Finalmente, se preguntó por el impacto de la planeación estratégica en aspectos como la calidad de los productos, la rentabilidad y el posicionamiento en el mercado.

Una vez recopilada la información, los datos fueron analizados por medio de los resultados que pondera y gráfica la herramienta de Microsoft Forms, lo que permitió identificar los principales desafíos que enfrentan las mipymes del sector de cultivos en interiores en Bogotá en su planeación estratégica y su impacto en posicionamiento y la rentabilidad del

producto. El análisis incluyó la descripción de los datos obtenidos con el fin de explorar los diversos puntos de vista de los encuestados y determinar si, en consecuencia, la planeación estratégica constituye un factor clave para fortalecer el mercado de los cultivos para interiores en la ciudad de Bogotá.

3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Cultivos Urbanos: innovación verde en Bogotá

El sector de los cultivos de interiores en Bogotá representa una alternativa innovadora y sostenible frente a los retos de la urbanización y el cambio climático que actualmente enfrenta la ciudad. Según Cáceres (2020), la agricultura urbana, incluyendo los cultivos de interiores, es una estrategia clave para garantizar la soberanía y seguridad alimentaria en entornos urbanos, al tiempo que contribuye a la sostenibilidad ambiental y la cohesión social.

Abordar este sector es esencial debido a su creciente relevancia en la producción agrícola urbana, pues permite el aprovechamiento eficiente de espacios reducidos y ofrece soluciones que impulsan la seguridad alimentaria en un entorno urbano.

Además, estos sistemas de cultivo no solo promueven prácticas responsables con el medioambiente, como la reducción del uso de pesticidas y la optimización de recursos hídricos, sino que también abren oportunidades económicas para emprendedores y pequeños productores.

Explorar este sector permite obtener una comprensión integral de su impacto en el desarrollo sostenible, la innovación tecnológica y el bienestar de las comunidades locales. Asimismo, contribuye a que un público más amplio tome conciencia de su existencia y relevancia. Al difundir información sobre los beneficios y oportunidades que ofrece, se promueve una mayor participación e interés tanto de emprendedores como de investigadores

y ciudadanos, lo cual fomenta el crecimiento y la adopción de prácticas sostenibles en entornos urbanos.

Explorando las mipymes: un enfoque claro y conciso

Como primera medida, es importante reconocer el tamaño de las empresas con el fin de establecer si, en efecto, se tratan de mipymes. En ese orden de ideas, se indagó sobre el número de clientes, entendido como los “individuos o entidades que adquieren bienes o servicios de una organización” (Kotler y Keller, 2016). Los clientes son la base de cualquier negocio, y su número puede proporcionar información valiosa sobre la escala de operaciones de la empresa. El 80 % de los encuestados indicó que tienen entre 51 y 200 clientes, rango que corresponde a la categoría de medianas empresas.

Lo anterior se sustenta en que, en Colombia, la clasificación de las empresas se establece principalmente con base en criterios como el número de empleados y los ingresos anuales, según lo estipulado en el artículo 2 de la Ley 590 de 2000, modificado por el artículo 43 de la Ley 1450 de 2011. De acuerdo con esta normatividad, las empresas medianas cuentan con un número de empleados entre 51 y 200, con lo cual coincide el rango identificado en la encuesta.

Por otra parte, conocer el número de empleados en una empresa es crucial para entender su tamaño y su estructura organizacional, ya que proporciona información valiosa sobre su capacidad operativa, alcance e impacto en la economía. Además, esta información permite determinar la escala de sus operaciones, la disponibilidad de recursos humanos y la complejidad de su gestión. Según Dessler (2020), “los empleados son recursos clave que contribuyen directamente al logro de los objetivos organizacionales y al desarrollo sostenible de la empresa”. El 80 % de los encuestados señaló que tienen entre 11 y 50 colaboradores, dato congruente con la información sobre el número de clientes.

Principales desafíos en la planeación estratégica de las mipymes

Teniendo en cuenta que la presente investigación se desarrolla con el propósito de identificar los desafíos en la planeación estratégica que enfrentan las mipymes del sector de cultivos para interiores en Bogotá, se diseñaron diversas preguntas orientadas a abordar aspectos que podrían representar barreras empresariales. Según Uribe (2021), los desafíos empresariales incluyen factores como los cambios en el mercado, la competencia global y las demandas de sostenibilidad, los cuales son cruciales para superar y así garantizar la supervivencia y el crecimiento de las organizaciones.

Al comprender los desafíos específicos de las mipymes en cuanto a la planeación estratégica, es posible desarrollar un enfoque más efectivo y orientado a resultados para ayudarlas a alcanzar sus objetivos comerciales. Entre estos desafíos se destacan la falta de recursos financieros, la falta de experiencia en la elaboración de planes estratégicos, la dificultad para prever cambios en el mercado, la resistencia al cambio dentro de la organización y la dificultad para alinear los objetivos estratégicos con las acciones cotidianas.

En este contexto, el 60 % de los encuestados enfatizó que uno de sus grandes desafíos en la planeación estratégica corresponde a la falta de recursos financieros, lo que podría indicar que muchas empresas enfrentan obstáculos para asignar los recursos necesarios a actividades clave como el diseño de objetivos a largo plazo, la identificación de oportunidades en el mercado y la implementación de estrategias de crecimiento sostenibles.

La falta de recursos financieros en las mipymes de Colombia dificulta el desarrollo de una planificación estratégica adecuada. Según estudios realizados por Forero et al. (2023), las pequeñas y medianas empresas en el país enfrentan desafíos significativos debido a la limitada disponibilidad de capital y

a la falta de acceso a financiamiento, además de la escasez de conocimientos especializados en áreas de gestión estratégica.

Esta situación también impacta negativamente en la capacidad de las mipymes para contratar personal calificado y para invertir en tecnologías que podrían mejorar su eficiencia y competitividad en el mercado. Asimismo, la ausencia de conocimientos especializados en la elaboración de planes estratégicos limita su capacidad para identificar oportunidades y amenazas, así como para diseñar estrategias efectivas que les permitan alcanzar sus objetivos a largo plazo.

Por otra parte, el 80 % de los encuestados indicó que presentan, en menor medida, el desafío de la falta de experiencia en la elaboración de planes estratégicos. Esto podría significar que, aunque este factor no se percibe como uno de los principales obstáculos, sigue siendo un aspecto relevante que algunas empresas enfrentan al tratar de optimizar su gestión y establecer objetivos claros. Considerando que la capacidad de elaborar planes estratégicos eficaces es esencial para orientar el rumbo de la empresa y aprovechar oportunidades en el mercado, una reducción en la complejidad de este aspecto podría indicar que las organizaciones cuentan con personal capacitado o acceso a herramientas que les permitan afrontar este desafío, proporcionándoles de esta manera una ventaja competitiva al definir y lograr sus objetivos organizacionales.

Respecto a la dificultad para prever cambios en el mercado, el 100 % de los encuestados señaló que experimentan este desafío en menor medida. Se infiere que esta dificultad es percibida con un impacto reducido, probablemente porque estas mipymes han desarrollado capacidades como la diversificación de productos y la innovación, factores que las protegen frente a la incertidumbre del mercado. También podría influir la baja competencia existente actualmente en este sector: al contar con un número reducido de competidores, las empresas enfrentan menos

presión para reaccionar rápidamente a las fluctuaciones, lo que les brinda un entorno más estable y les permite implementar estrategias de planeación estratégica de manera más estructurada y sin la urgencia de responder a movimientos agresivos de la competencia.

En cuanto a la resistencia al cambio, se identificaron diversos puntos de vista: el 40 % indicó que experimenta este desafío en menor medida, otro 40 % en cierta medida, y el 20 % en gran medida. Esto evidencia que, aunque una porción significativa de los encuestados parece estar más receptiva al cambio, todavía existe un porcentaje considerable que enfrenta barreras importantes en este aspecto. La adaptación al cambio es fundamental en cualquier entorno empresarial, ya que permite a las organizaciones mantenerse competitivas y responder de manera efectiva a los desafíos del mercado.

Respecto a la aplicación de la planeación estratégica, que según Pérez (2022) “implica la implementación de un conjunto de herramientas y métodos que permiten a las organizaciones alinear sus recursos y capacidades con su visión y objetivos a largo plazo, adaptándose a los cambios del entorno y maximizando su competitividad”, se reitera que la planeación estratégica permite a las organizaciones definir sus objetivos y establecer los cursos de acción necesarios para alcanzarlos.

Los resultados de la encuesta muestran que los empresarios son conscientes de la importancia de tener una planeación estratégica y, además, de actualizarla de acuerdo con el entorno empresarial cambiante. Para contextualizar este aspecto, se puede considerar el concepto VUCA, que se refiere a un entorno caracterizado por su volatilidad, incertidumbre, complejidad y ambigüedad. Según Antúnez (2023) este término se popularizó en el ámbito empresarial para describir condiciones que cambian de manera rápida e impredecible, lo que presenta desafíos significativos para las empresas que intentan adaptarse y tener éxito.

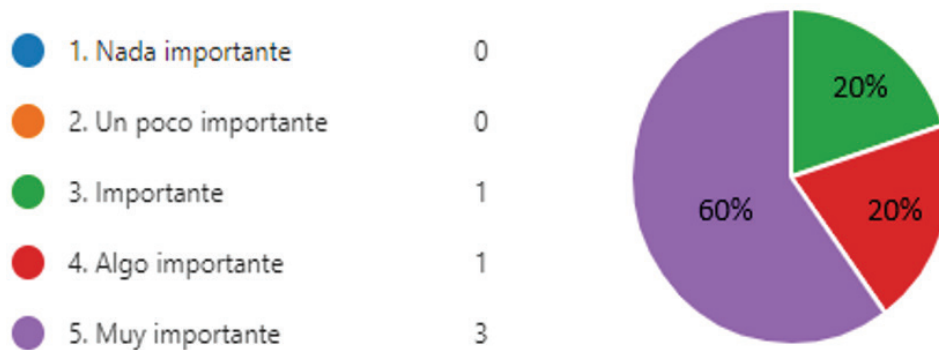
En este entorno, las organizaciones enfrentan desafíos constantes al intentar anticipar y responder con eficacia a los cambios, lo que requiere flexibilidad, agilidad y capacidad de adaptación. Las estrategias tradicionales a menudo no son efectivas en un entorno VUCA, por lo que las empresas deben adoptar enfoques más dinámicos y proactivos para sobrevivir y prosperar. En consecuencia, se vuelve necesario que los empresarios integren la comprensión de este entorno en su planificación estratégica.

La dificultad para alinear los objetivos estratégicos con las acciones cotidianas no se percibe como un obstáculo relevante para los empresarios encuestados, ya que el 100 % manifestó experimentar este desafío en menor medida. Esto podría deberse a varios factores positivos relacionados con la gestión interna, tales como contar con una estructura organizacional clara y mecanismos efectivos de comunicación interna que facilitan dicha alineación.

Además, por tratarse de empresas medianas con pocos colaboradores, suele ser más sencillo definir funciones específicas y garantizar el seguimiento de los objetivos diarios, lo que favorece una revisión continua y permite asegurar que las acciones estén alineadas con los objetivos estratégicos de la organización.

A pesar de los desafíos mencionados, los empresarios encuestados evidenciaron ser conscientes de la importancia de la planeación estratégica y manifestaron su compromiso por incluirla en su cotidianidad, en relación con el cumplimiento de objetivos, entendido según Cote (2020) como “el proceso organizacional continuo de utilizar el conocimiento disponible para documentar la dirección prevista de un negocio, priorizar esfuerzos, asignar recursos de manera efectiva y alinear a los accionistas y empleados con los objetivos de la organización”. Esta percepción es congruente con los resultados de la encuesta, en los cuales el 60 % de los empresarios destacó un beneficio relevante de la planificación estratégica en este ámbito, como se observa en la figura 1.

Figura 1. “En una escala del 1 al 5, ¿cómo calificaría la importancia que su empresa otorga a la planeación estratégica?”



Fuente: elaboración propia en Microsoft Forms (2024).

Importancia de la planeación estratégica en las mipymes de cultivos interiores en la ciudad de Bogotá

Ahora bien, no se pueden dejar de lado los indicadores asociados directamente con la variable del sector de los cultivos de interiores y su relación con la planeación estratégica como punto clave en esta investigación. Por ello, se debe considerar cómo incide en la calidad, rentabilidad del producto y el posicionamiento del mercado.

La calidad de producto se define como “su capacidad para cumplir con las expectativas del cliente en términos de funcionamiento, durabilidad, confiabilidad y satisfacción general. Es un concepto clave en la percepción del valor de un producto y su competitividad en el mercado” (Garvin, 2020). Este indicador es fundamental dentro de la planificación estratégica porque contribuye directamente al éxito a largo plazo de la empresa, al influir en la satisfacción del cliente, la ventaja competitiva, la reputación de la marca y la eficiencia operativa.

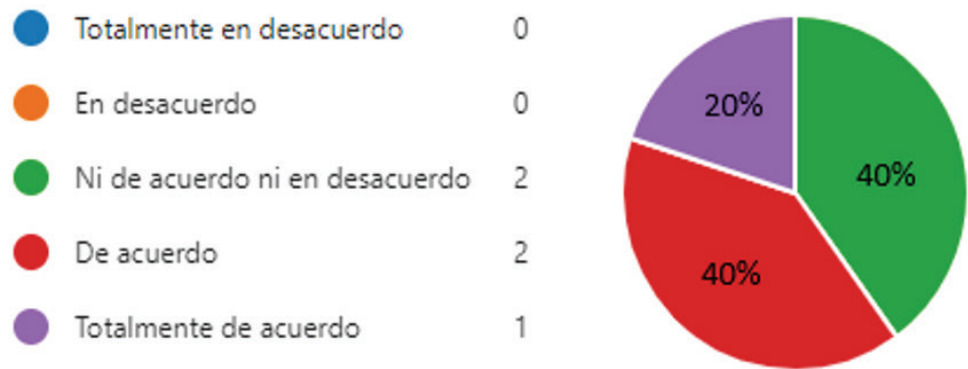
Aunque la calidad del producto está estrechamente relacionada con la planificación estratégica —en aspectos como la determinación de objetivos, las decisiones de diseño, la selección de proveedores, la definición del proceso de fabricación y el control

de calidad—, los empresarios encuestados presentan un punto de vista diverso respecto a la afirmación de que la planeación estratégica ha mejorado la calidad de sus productos. El 20 % indicó estar totalmente de acuerdo, el 40 % de acuerdo y el 40 % restante adoptó una postura neutral.

Lo anterior podría indicar que, aunque un número considerable de entrevistados reconoce una relación positiva entre la planificación estratégica y la calidad del producto, persiste cierto grado de incertidumbre o falta de seguridad entre un porcentaje significativo de ellos. Esto podría estar vinculado a elementos como la percepción de resultados a corto y largo plazo, la ejecución deficiente o inconsistente de estrategias, o la ausencia de indicadores. Adicionalmente, evidencia la necesidad de fortalecer la comunicación y la formación sobre la importancia de una planificación estratégica robusta como instrumento esencial para la mejora constante del producto y, por ende, la preservación de la competitividad en el mercado.

Por otra parte, el indicador de rentabilidad financiera proporciona información clave sobre la salud financiera y la eficiencia operativa de una empresa, por lo cual resulta fundamental para mantener la competitividad en el mercado y atraer posibles inversores. Su adecuada interpretación implica

Figura 2. “Indique en qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con la siguiente afirmación: la aplicación de la planeación estratégica en nuestra empresa ha mejorado la calidad de nuestros productos”



Fuente: elaboración propia en Microsoft Forms (2024).

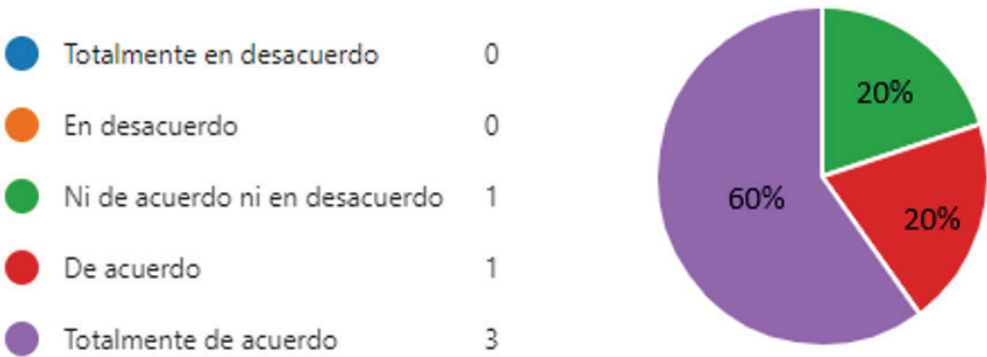
establecer metas a largo plazo acompañadas de un plan estratégico para alcanzarlas. En este sentido, una planificación estratégica bien ejecutada puede incrementar la rentabilidad financiera al identificar las áreas en las que se deben asignar los recursos financieros para maximizar el retorno de la inversión. Estas áreas pueden incluir la implementación de tecnologías, la capacitación del personal o la expansión de la capacidad productiva, contribuyendo así al fortalecimiento y crecimiento sostenible de la empresa.

Asimismo, la planificación estratégica ayuda a identificar oportunidades en el mercado y a

desarrollar estrategias para aprovecharlas, como el lanzamiento de nuevos productos o servicios, la expansión hacia nuevos mercados geográficos o la diversificación de la línea de productos.

También permite identificar y gestionar los riesgos financieros; al anticipar posibles desafíos y desarrollar planes de contingencia, una empresa puede reducir el impacto negativo de eventos imprevistos en su rentabilidad. Según Serrato Guana (2021), la planeación estratégica permite a las organizaciones optimizar recursos y establecer objetivos claros, lo que resulta esencial para garantizar la sostenibilidad financiera.

Figura 3. “La implementación de la planeación estratégica en nuestra empresa ha contribuido positivamente a la rentabilidad financiera”



Fuente: elaboración propia en Formulario Microsoft Forms (2024).

En cuanto al indicador de posicionamiento en el mercado, Díaz et al. (2021) señalan que “es un factor clave para el crecimiento de las organizaciones, ya que permite ocupar una posición privilegiada en el mercado y asegurar su permanencia a mediano y largo plazo, integrando estrategias empresariales, liderazgo y productividad como elementos determinantes”. Esto resalta la importancia de la competitividad en un entorno empresarial dinámico y globalizado.

Según Kotler y Keller (2016) la aplicación de la planeación estratégica ha sido clave para fortalecer el posicionamiento en el mercado de diversas organizaciones, porque este enfoque permite identificar las necesidades del público objetivo, analizar tendencias y desarrollar estrategias personalizadas que destaquen los valores diferenciadores de la empresa.

Al alinear los objetivos estratégicos con las acciones operativas, las empresas logran construir una imagen sólida y coherente que no solo atrae a más clientes, sino que también refuerza su percepción como líderes en el sector. Esta planificación garantiza una mejor capacidad de respuesta ante los cambios del entorno y consolida la presencia de la empresa en el mercado de manera sostenible y competitiva.

En consecuencia, el 60 % de los encuestados están de acuerdo con que la planeación estratégica ha contribuido a mejorar su posicionamiento en el mercado. Este resultado refleja que una planificación adecuada permite optimizar procesos internos, identificar nichos de mercado y alinear sus objetivos con las demandas del entorno competitivo. Además, facilita la implementación de estrategias de diferenciación que incrementan la visibilidad de la empresa frente a sus competidores.

Teniendo en cuenta que el posicionamiento de mercado, según Galeano (2023), “se refiere a la percepción que los consumidores tienen de una marca, producto o servicio en comparación con sus competidores, que implica establecer una identidad única

y diferenciada en la mente del público objetivo”, resulta evidente que la planificación estratégica desempeña un papel crucial en este proceso.

A pesar de estos obstáculos, los datos recopilados muestran que las empresas que implementan una planificación estratégica sólida tienden a obtener un desempeño considerablemente mejor que aquellas que no lo hacen. En particular, se observa que las mipymes que cuentan con una visión clara, objetivos bien definidos y planes de acción específicos son más innovadoras, competitivas y rentables en el largo plazo.

4. CONCLUSIÓN

Los resultados de la encuesta realizada como parte de esta investigación revelan que, si bien las mipymes del sector de cultivos en Bogotá enfrentan diversos desafíos en su proceso de planificación estratégica, esta constituye un elemento fundamental para el éxito empresarial.

Entre los desafíos identificados se encuentran la falta de recursos financieros, la escasez de personal capacitado en la materia y la dificultad para acceder a información precisa y oportuna sobre el mercado.

Esta investigación ofrece valiosas perspectivas para la administración de empresas, especialmente en el contexto de las mipymes del sector de cultivos interiores en Bogotá. Al identificar, describir y analizar los desafíos de la planeación estratégica en este sector, se proporciona información esencial para mejorar las prácticas de gestión empresarial.

Al comprender los obstáculos específicos que enfrentan estas mipymes en su proceso de planificación estratégica, los gerentes y líderes empresariales pueden tomar decisiones más informadas y efectivas para abordar estas problemáticas.

Reconocer la importancia de la planeación estratégica permite a las empresas asignar recursos de manera más eficiente y efectiva, maximizando el

uso de sus activos financieros, humanos y de información. Con una comprensión más profunda de los desafíos del entorno empresarial, las empresas pueden desarrollar estrategias más adaptables y flexibles que les permitan responder de manera oportuna a los cambios del mercado y a las nuevas oportunidades.

Finalmente, al implementar prácticas de planificación estratégica sólidas, las mipymes pueden fortalecer su posición en el mercado, impulsar su crecimiento y aumentar su capacidad competitiva a largo plazo.

Por lo tanto, resulta evidente que la planificación estratégica es un factor crítico para el crecimiento y la sostenibilidad de las mipymes en el sector de cultivos.

REFERENCIAS

- Antúnez, J. V. V. (2023). Los contextos de la incertidumbre: ¿Entornos VUCA o entornos BANI? Hacia una episteme de las ciencias sociales. *Revista de Ciencias Humanas y Sociales*, 38(29), 7-13. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7300286>
- Cáceres Torres, L. A. (2020). *Agricultura urbana como alternativa para la soberanía y seguridad alimentaria y nutricional de agricultores urbanos, caso Bogotá Colombia y Aracaju Brasil* [trabajo de grado]. Universidad Nacional de Colombia. <https://repositorio.unal.edu.co/bitstream/handle/unal/78143/80037487.2020.pdf>
- Ley 590 de 2000 (2000, 10 de julio), por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas. Diario Oficial 44.078.
- Cote, C. (2020, 6 de octubre). Why is strategic planning important? *Harvard Business School Online*. <https://online.hbs.edu/blog/post/why-is-strategic-planning-important>
- Dessler, G. (2020). *Human resource management* (16.º ed.). Pearson.
- Díaz Muñoz, G. A., Quintana Lombeida, M. D., y Fierro Mosquera, D. G. (2021). La competitividad como factor de crecimiento para las organizaciones. *INNOVA Research Journal*, 6(1), 145-161. <https://doi.org/10.33890/innova.v6.n1.2021.1465>
- Forero Franco, C. M., Mena Murillo, M. Y., y Pineda Bolaño, K. M. (2023). *Consecuencias de la deficiente planificación financiera en el desarrollo de las mipymes en Colombia* [trabajo de grado]. Fundación Universitaria del Área Andina.
- Microsoft Forms. (2024). Planeación estratégica mi pymes de cultivos de interiores en Bogotá [Formulario en línea]. https://forms.office.com/Pages/AnalysisPage.aspx?AnalyzerToken=IlF7moQMGICTMl2gBG9ROgVZApojB06U&id=ynfct2u3bkWMrCcNp_FJgPd7xt96MGZLnHOvV31IdFRUNE1ZMlk-1SERCUzNVWkwxOFhUMzlUN1ExRi4u
- Galeano, S. (2023). *Qué es el posicionamiento de mercado: definición y claves para integrarlo*. Marketing4eCommerce. <https://marketing4ecommerce.mx/posicionamiento-de-mercado/>
- Garvin, D. A. (2020). *Managing quality: The strategic and competitive edge*. Free Press.
- Gómez, P., y Méndez, R. (2020). Métodos cuantitativos aplicados a la investigación empresarial. *Revista de Ciencias Administrativas*, 12(3), 45-60. <https://blog.up.edu.mx/topic/doctorado-en-ciencias-empresariales/metodos-cuantitativos-en-ciencias-empresariales>
- Kotler, P., y Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15.º ed.). Pearson.
- Augusta-Moreta, M. (2017). Planeación estratégica en pymes: Limitaciones, objetivos y estrategias. *Revista UTCiencia*, 4(3). <http://investigacion.utc.edu.ec/index.php/utciencia/article/view/83>
- Observatorio Ambiental de Bogotá [OAB]. (2022). *Huertas urbanas: ¿Qué son y cuántas hay en Bogotá? Observatorio Ambiental de Bogotá*. <https://oab.ambientebogota.gov.co/huertas-urbanas-que-son-y-cuantas-hay-en-bogota/>
- Organización Internacional del Trabajo [OIT]. (2019). *Pequeñas empresas y creación de empleo decente*. https://www.ilo.org/sites/default/files/wcmsp5/groups/public/@ed_norm/@relconf/documents/meetingdocument/wcms_358292.pdf
- Palacios Rodríguez, M. A. (2020). La planeación estratégica como herramienta para el éxito empresarial. *Revista Nacional de Administración*, 12(3), 45-60. https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1659-49322020000200006
- Pérez, J. M. (2022). *Estrategias empresariales en un mundo globalizado*. Editorial Hispanoamericana. <https://online.norwich.edu/international-business-strategies-globalizing-world>
- Porter, Michael E. "The Five Competitive Forces That Shape Strategy." Special Issue on HBS Centennial. *Harvard Business Review*, 86(1) 78-93. <https://hbr.org/2008/01/the-five-competitive-forces-that-shape-strategy>
- Serrato Guana, A. D. (2024). Aproximaciones teóricas a la planeación estratégica y la contabilidad gerencial como elementos clave en la gestión de las pymes en Colombia. *Revista científica Pensamiento y Gestión*, (46), 161-180. <https://doi.org/10.14482/pege.46.3580>
- Serrato Guana, A. D. (2019). Aproximaciones teóricas a la planeación estratégica y la contabilidad gerencial como elementos clave en la gestión de las pymes en Colombia. *Pensamiento & Gestión*, (46), 161-180. <https://doi.org/10.14482/pege.46.3580>

Uribe Macías, M. E. (2021). Propuesta del proceso de aplicación de administración estratégica para las pymes. *Revista científica Pensamiento y Gestión*, (51), 15-30. <https://doi.org/10.14482/pege.51.211.365>

