



Barreras, dificultades y oportunidades que encuentran los jóvenes al emprender en el sector Bares y Restaurantes en la ciudad de Manizales.

Christian Camilo Eslava Vásquez

Esteban Ríos Puerta

Sebastián Peña Valencia

Trabajo de grado presentado para optar al título de Administrador de Empresas

Asesora: Keidy Johanna Pelaez Higuera, Doctor (PhD) en Administración

Asesores de recursos académicos: Luz Andrea Sepúlveda Escobar (asesora bibliográfica), Claudia Marcela Cerón Rubio (asesora Centro de Escritura) y Elvia Lucía Sánchez García (asesora de integridad académica)

Universidad de Manizales
Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas
Administración de Empresas
Manizales, Caldas, Colombia

2025

Cita	Eslava Vásquez,C. C. (2025).
Referencia	(Eslava Vásquez, C.C., Ríos Puerta, E. & Peña Valencia, S(2025). <i>Barreras, dificultades y oportunidades que encuentran los jóvenes al emprender en el sector Bares y Restaurantes en la ciudad de Manizales</i> . [Trabajo de grado profesional]. Universidad de Manizales. RIDUM: Repositorio Institucional Universidad de Manizales.
Estilo APA 7 (2020)	



Seleccione posgrado UManizales (A-Z), Seleccione cohorte posgrado

Seleccione centro de investigación UManizales (A-Z).

Seleccione grupo de investigación UManizales (A-Z)

Seleccione línea de investigación UManizales (A-Z).

Declaración de inteligencia artificial: el o los autores de este trabajo de grado declaran que han utilizado herramientas de inteligencia artificial (IA), tales como [mencionar herramientas utilizadas, por ejemplo, ChatGPT, Grammarly, Turnitin, Copilot, Gemini, entre otras], de manera ética y responsable, tal como se establece en el Acuerdo UManizales 002 (julio 26 de 2023) sobre propiedad intelectual e IA. Estas herramientas son empleadas como apoyo en la redacción, revisión gramatical y generación de ideas, pero en ningún caso sustituyen el análisis crítico, la argumentación académica ni la originalidad del trabajo. Asimismo, cualquier contenido generado con asistencia de IA está citado y referenciado adecuadamente, garantizando la integridad académica y el cumplimiento de los principios éticos de la investigación.

Biblioteca y Centro de Recursos: biblioteca.umanizales.edu.co

Repositorio Institucional: ridum.umanizales.edu.co

Universidad de Manizales: umanizales.edu.co

Revistas: revistasum.umanizales.edu.co

Fondo Editorial: editorialum.umanizales.edu.co

El contenido de esta obra corresponde al derecho de expresión de los autores y no compromete el pensamiento institucional de la Universidad de Manizales ni desata su responsabilidad frente a terceros. Los autores asumen la responsabilidad por los derechos de autor y conexos.

Resumen	6
Abstract	7
Introducción	8
5.2.1. Modelos en Emprendimiento	20
5.2.2. Emprendimiento juvenil.....	22
5.2.3. Obstáculos sociales y culturales.....	25
5.2.4. Obstáculos técnicos y de conocimiento	27
5.2.5. Oportunidades de diferenciación e innovación	28
6. METODOLOGIA	31
6.1. ENFOQUE Y TIPO DE INVESTIGACIÓN	31
6.2. INSTRUMENTOS Y TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	32
6.3. POBLACIÓN DEL ESTUDIO	32
6.4. MUESTRA.....	33
6.5. MUESTREO	33
6.6. HERRAMIENTAS Y TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE DATOS	33
6.7. CONTEXTO	33
7. RESULTADOS	35
7.1. CARACTERIZACIÓN SOCIODEMOGRÁFICA.....	35
7.2. BARRERAS PARA EL EMPRENDIMIENTO	38
7.3. OPORTUNIDADES	50
8. DISCUSIÓN.....	61
9. CONCLUSIONES	64
10. PROPUESTA	68
Referencias	70

Lista de tablas

Tabla 1. SEXO	36
Tabla 2. NIVEL EDUCATIVO.....	38
Tabla 3.. FORMACIÓN ESPECIFICA EN EMPRENDIMIENTO	40
Tabla 4. DIFICULTADES PARA OBTENER FINANCIAMIENTO	41
Tabla 5. IMPORTANCIA DEL ACCESO A FINANCIAMIENTO	43
Tabla 6. DIFICULTADES PARA EL ACCESO A PROGRAMAS DE APOYO	45
Tabla 7. IMPORTANCIA DE LA CAPACITACIÓN EMPRENDEDORA	47
Tabla 8. DIFICULTAD PARA COMPETIR EN EL SECTOR DE BARES Y RESTAURANTES	49
Tabla 9. IMPORTANCIA DE LA DIFERENCIACIÓN FRENTE A LA COMPETENCIA	51
Tabla 10.PROBLEMAS RELACIONADOS CON LAS NORMATIVAS	53
Tabla 11. ADOPCIÓN DE TECNOLOGÍA PARA EL CRECIMIENTO DEL EMPRENDIMIENTO	55
Tabla 12. MARKETING DIGITAL PARA ATRAER CLIENTES.....	57
Tabla 13.IMPORTANCIA DE LAS ALIANZAS CON PROVEEDORES.....	59

Lista de figuras

Figura 1 Portada Normas APA séptima edición 2020 en inglés	60
Figura 2 Logo Universidad de Manizales	60

Resumen

Este proyecto de investigación analiza las barreras, dificultades y oportunidades que enfrentan los jóvenes emprendedores de 18 a 28 años al iniciar negocios en el sector de bares y restaurantes en Manizales. A partir de encuestas aplicadas a emprendedores locales, se identifican desafíos significativos como la falta de financiamiento, la competencia intensa, las barreras regulatorias y el acceso limitado a programas de apoyo. Asimismo, se destaca la importancia de la capacitación en emprendimiento, ya que el 89.2% de los encuestados considera fundamental adquirir habilidades empresariales para el éxito de sus negocios.

Entre las oportunidades, se resalta la adopción de tecnología y estrategias de marketing digital, elementos que el 91.7% de los emprendedores valora como clave para atraer clientes. También se identifican las alianzas estratégicas con proveedores locales y la diferenciación como factores importantes para la sostenibilidad empresarial.

El estudio concluye que, aunque los jóvenes enfrentan múltiples obstáculos, existen oportunidades significativas para mitigar estos desafíos si se fomenta el acceso a financiamiento, se fortalecen las redes de apoyo y se simplifican las regulaciones. Las recomendaciones incluyen la implementación de programas de capacitación adaptados a las necesidades del sector, así como políticas públicas que faciliten el desarrollo de estos negocios, contribuyendo al crecimiento económico de Manizales.

Palabras clave: Emprendimiento juvenil; Bares y restaurantes; Dificultades; Oportunidades; Innovación.

Abstract

This research project analyzes the barriers, difficulties, and opportunities that young entrepreneurs aged 18 to 28 face when starting businesses in the bar and restaurant sector in Manizales. Based on surveys conducted with local entrepreneurs, significant challenges were identified, including lack of financing, intense competition, regulatory barriers, and limited access to support programs. Additionally, 83.3% of respondents emphasized the importance of entrepreneurship training as essential for business success.

Among the opportunities highlighted are the adoption of technology and digital marketing strategies, which 91.7% of entrepreneurs consider key for attracting customers. Strategic partnerships with local suppliers and business differentiation were also identified as crucial for business sustainability.

The study concludes that despite multiple obstacles, significant opportunities exist to overcome these challenges through better financing access, stronger support networks, and simplified regulations. Recommendations include implementing tailored training programs and public policies that facilitate business development, contributing to the economic growth of Manizales.

Keywords: Emprendimiento juvenil; Bares y restaurantes; Dificultades; Oportunidades; Innovación.

Introducción

El emprendimiento juvenil se ha convertido en una herramienta clave para dinamizar las economías locales y generar nuevas oportunidades de empleo. En Manizales, una ciudad reconocida por su ecosistema emprendedor, el sector de bares y restaurantes se presenta como una opción atractiva para jóvenes de entre 18 y 28 años que buscan materializar sus ideas de negocio. Sin embargo, este camino no está exento de desafíos. Los emprendedores enfrentan barreras significativas como el acceso limitado a financiamiento, la intensa competencia, la falta de experiencia gerencial y las dificultades para cumplir con normativas regulatorias.

A pesar de estas dificultades, existen oportunidades prometedoras en el mercado. El uso de tecnologías digitales y estrategias de marketing online permite a los emprendedores llegar a un público más amplio y diferenciarse de la competencia. Las alianzas estratégicas con proveedores locales y la adaptación a las nuevas tendencias de consumo, como la demanda de opciones saludables y sostenibles, también ofrecen ventajas competitivas.

Este estudio busca analizar las barreras y oportunidades que enfrentan los jóvenes emprendedores en Manizales para identificar las mejores prácticas que les permitan consolidar sus negocios y contribuir al desarrollo económico de la región. A través de una investigación cuantitativa basada en encuestas, se exploran las percepciones de los emprendedores locales, los factores críticos para el éxito y las áreas en las que se requiere mayor apoyo institucional. Este trabajo aporta recomendaciones para mejorar las condiciones del ecosistema emprendedor juvenil en la ciudad.

1 Planteamiento del problema

La sostenibilidad de un emprendimiento en el sector de bares y restaurantes es un concepto multifacético que implica la capacidad de una empresa para generar valor económico a largo plazo, al tiempo que cumple con sus responsabilidades sociales y ambientales (Audretsch y Thurik, 2004). En el caso de los emprendimientos juveniles, la sostenibilidad se ve influenciada por una serie de factores internos y externos, tales como el acceso a financiamiento, la gestión eficiente de recursos y la capacidad de adaptación a las tendencias del mercado (Kuratko, 2016). Contar con financiamiento adecuado es crucial para iniciar y hacer crecer un negocio, ya que permite cubrir costos de inversión, operativos y de marketing, factores determinantes para la permanencia y escalabilidad de un emprendimiento (Timmons, 1999; Guerrero et al., 2021).

Las habilidades gerenciales, por su parte, desempeñan un papel fundamental en la toma de decisiones estratégicas, la gestión de equipos, la resolución de problemas y la adaptación a los cambios del entorno (Hisrich, Peters, y Shepherd, 2008). Estas habilidades incluyen la planificación estratégica, la gestión financiera, el marketing, la administración de operaciones y el liderazgo, aspectos que impactan directamente la viabilidad de los negocios jóvenes (Blanchflower y Oswald, 1998). Además, el entorno competitivo en el sector gastronómico es cada vez más desafiante debido a la diferenciación de productos y servicios, así como a la transformación en las preferencias de los consumidores, quienes buscan opciones más saludables y sostenibles (OECD, 2017; Tapuyo Zambrano, 2022). La capacidad de los emprendedores para identificar y adaptarse a estas tendencias del mercado se convierte en un factor crítico para la sostenibilidad de sus negocios (Henderson y Robertson, 1999).

El acceso a financiamiento es un factor determinante para la estabilidad y el crecimiento de los emprendimientos juveniles. Estudios empíricos han demostrado que las empresas que cuentan con un financiamiento adecuado tienen mayores probabilidades de sobrevivir y expandirse a largo plazo (Timmons, 1999; Wilson, Marlino, y Kickul, 2007). Sin embargo, la falta de capital inicial y las restricciones para acceder a créditos son obstáculos recurrentes que dificultan el éxito de los jóvenes emprendedores, especialmente en mercados altamente competitivos como el de la restauración (Turker y Selcuk, 2008).

En Manizales, el sector de la restauración enfrenta desafíos particulares. La alta concentración de establecimientos, especialmente en el centro histórico y en las zonas universitarias, genera una competencia feroz entre negocios, obligando a los emprendedores a diferenciarse mediante conceptos innovadores, una excelente calidad de servicio y precios competitivos (CCMPC, 2023). Además, los cambios en los hábitos de consumo, como la creciente demanda de alimentos saludables y el uso de plataformas digitales para reservas y pedidos, están transformando la dinámica del sector (Universidad del Bosque, 2024). Estos factores hacen que los jóvenes emprendedores deban desarrollar estrategias de diferenciación y aprovechar las herramientas tecnológicas para mantenerse competitivos (Fairlie, 2002; Lafuente, Vaillant, y Gómez, 2007).

A pesar de la relevancia de estos factores, aún existen vacíos en la investigación sobre la sostenibilidad de los emprendimientos juveniles en el sector de la restauración. La mayoría de los estudios se han enfocado en las condiciones de creación de nuevas empresas, pero pocos han explorado los desafíos que enfrentan estos negocios en el mediano y largo plazo (Montes y Siga, 2009). Además, la literatura se ha centrado en contextos urbanos más grandes, dejando de lado la realidad de los jóvenes emprendedores en ciudades intermedias como Manizales, donde las oportunidades y barreras pueden ser distintas (Guerrero et al., 2021).

Por último, las habilidades gerenciales siguen siendo un desafío clave. La falta de experiencia en gestión empresarial puede llevar a la toma de decisiones ineficientes, afectando la rentabilidad y sostenibilidad del negocio (Hisrich, Peters, y Shepherd, 2008). La capacitación en administración, liderazgo y estrategia es crucial para mejorar la tasa de éxito de los emprendimientos juveniles, lo que refuerza la necesidad de programas educativos y de apoyo financiero que faciliten la consolidación de nuevos negocios en el sector de la restauración (OECD, 2017; Rasheed, 2000).

1.1 Pregunta de investigación

Estudios realizados en Ecuador sobre emprendimiento juvenil revelan una creciente tendencia hacia la creación de empresas sociales. Investigaciones como la de Mora Pacheco et al. (2019) en la Universidad de Cuenca profundizan en las motivaciones y características de estos jóvenes emprendedores. Por otro lado, Vizuela Tomalá (2020) analiza los factores que influyen en el éxito o fracaso de los emprendimientos en el país, identificando tanto oportunidades como desafíos. Estos trabajos, junto con el caso de *Emprende Joven Ecuador* (Guerrero et al., 2021), ofrecen un panorama general del contexto ecuatoriano y sirven como base para comprender las dinámicas del emprendimiento juvenil en la región.

La revisión de la literatura muestra una diversidad de enfoques metodológicos y temáticos en el estudio del emprendimiento juvenil. Investigaciones como la de Londoño Montoya y Álvarez Giraldo (2021) en Colombia se centran en el emprendimiento social en contextos rurales, mientras que López Burgos (2022) analiza los factores determinantes del emprendimiento juvenil en el desarrollo territorial de un municipio específico. Estos estudios, junto con los realizados en Ecuador, evidencian la complejidad del fenómeno y la importancia de considerar factores culturales, sociales y económicos específicos de cada contexto.

López Burgos (2022), en su trabajo de grado titulado "Factores determinantes del emprendimiento juvenil en el desarrollo territorial del municipio de Villavicencio", establece que la mayoría de emprendimientos dedicados al sector de bares y restaurantes fracasan, ya que cuando deciden ejecutar sus ideas para emprender, lo hacen sin tener un modelo de negocio establecido o sin realizar un estudio de mercado previo, provocando así fracaso por falta de conocimiento administrativo, financiero y visión en su negocio. Este autor hace énfasis en que es importante determinar un modelo innovador para el fortalecimiento sostenible en el sector de restaurantes y bares, analizando el entorno y las complicaciones que se pueden presentar en el camino. Este estudio se desarrolló por medio de una metodología cualitativa.

Como lo mencionaron Montoya y Giraldo (2021) en la Revista de Ciencias Sociales, se han desarrollado estrategias desde el gobierno nacional para impulsar el emprendimiento y la innovación social en Caldas, desde la experiencia de los jóvenes rurales. Señalan que han surgido estrategias con el fin de desarrollar y aprovechar las competencias de la población campesina en otras actividades productivas como, por ejemplo, el estímulo a la agroindustria, a partir de los planes de desarrollo departamental y, además, el fomento y financiación de proyectos de emprendimiento e innovación social que impactan a la comunidad. Por esta razón, actualmente la política departamental se orienta al aprovechamiento de los diversos recursos y potencialidades de la región.

Este estudio da a conocer las posibles oportunidades que un joven emprendedor puede tener para el desarrollo de su proyecto, así como algunos programas que pueden ser muy beneficiosos, aportando de manera directa al desarrollo económico del país, generando algunos empleos y, a su vez, un impacto social. Es importante conocer este tipo de investigaciones, que pueden llegar a ser muy inspiradoras para el crecimiento y fortalecimiento del joven emprendedor. Ver que existen programas que pueden llegar a materializar un sueño se convierte en algo muy satisfactorio.

En el estudio **Caso Emprende Joven Ecuador (Guerrero et al., 2021)**, en el 2021 en Ecuador, la revista *Universidad y Sociedad* habla de la preocupación constante del emprendimiento en los diferentes factores económicos y cómo es una alternativa para mejorar los índices económicos de un país. Se habla de un programa que se llama *Impulsa Joven* con la finalidad de identificar las tendencias, tipología, así como niveles de apalancamiento requerido y experiencia que respaldan la gestión de los negocios planeados. Es una investigación de tipo descriptivo que se hizo con la ayuda de algunos jóvenes pertenecientes al programa con la intención de conocer el éxito de este.

Tener en cuenta y conocer la importancia del emprendimiento en otros países nos da una idea de las cosas que se podrían mejorar en nuestro país pensando un poco más en el acompañamiento continuo que se le debe dar al joven emprendedor.

En el año 2020, en Ecuador, desde la Universidad de Guayaquil, **(V́ctor Hugo V., 2020)** habla sobre los factores que afectan a los emprendedores en Ecuador. Cuenta los principales factores que afectan los emprendimientos en Ecuador enfocados desde las oportunidades y retos del mundo corporativo. Principalmente señaala que los principales factores son la innovaci3n disruptiva, inestabilidad econ3mica, agitaci3n social, cambios en los depositarios del poder, degradaci3n ambiental, globalizaci3n, cambios demogr3ficos; son algunos de los retos que vive un emprendedor tratando de aprovechar cada oportunidad con la esperanza de sobrevivir en el mercado.

Para la realizaci3n de la investigaci3n es importante conocer los retos y oportunidades que se viven en diferentes lados del mundo. Es bueno reconocer y entender que esos mismos retos son los que afrontamos en nuestro pa3s, sin importar que sea un poco m3s dif3cil o f3cil, pero son factores que se deben tener en cuenta y resaltar cada vez que se hable sobre el apoyo al joven emprendedor.

Desde Ecuador, Universidad de Cuenca, se realiz3 una investigaci3n sobre j3venes universitarios y su apuesta al emprendimiento social. **(Mora Pacheco et al., 2019)** dan a conocer cu3les son los efectos y el ecosistema en la intenci3n emprendedora de los estudiantes de las distintas carreras de la Facultad de Ciencias Econ3micas y Administrativas de la Universidad de Cuenca. Se determin3 analizar diversas caracter3sticas personales y de contexto, la formaci3n recibida y el marco institucional universitario con la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios. Esta investigaci3n arroj3 algunos resultados y caracter3sticas que influyen en un emprendedor, ya que los resultados indican que la intenci3n emprendedora se ve influenciada significativamente, en nuestro contexto, por la variable norma subjetiva y sus tres subdimensiones, sobre todo por la familia y los profesores; constructos que fueron verificados en su fiabilidad y validez.

En este art3culo se pudo evidenciar que existen varios tipos de influencias desde el contexto universitario. Aunque la investigaci3n tiene una iniciativa diferente, compararla con este art3culo hace que se llegue a una perspectiva distinta y a algunos datos o caracter3sticas que pueden ser relevantes para llevar a cabo esta investigaci3n.

1.2 Pregunta de investigación

¿Qué obstáculos y oportunidades que experimentan los jóvenes entre 18 y 28 años de la ciudad de Manizales para el desarrollo de emprendimientos enfocados en el sector de restaurantes y bares?

2 Justificación

El interés por investigar los retos que enfrentan los jóvenes al emprender en el sector de bares y restaurantes surge de experiencias personales en un emprendimiento propio, específicamente en la creación de una discoteca. El desconocimiento del sector económico, las normativas y las oportunidades disponibles llevó a cometer errores que impidieron alcanzar los objetivos planteados en un tiempo razonable. Estos errores son comunes entre muchos jóvenes en Manizales, quienes, al carecer de apoyo adecuado y de una comprensión clara del entorno empresarial, terminan abandonando sus proyectos. Así, surge la necesidad de investigar estos factores y proponer soluciones para evitar que otros emprendedores enfrenten los mismos obstáculos. Según un informe de la Asociación Colombiana de Restaurantes (Acodrés), el 40% de los nuevos negocios en este sector no supera el primer año debido a la falta de planificación y apoyo institucional adecuado.

El sector de bares y restaurantes en Colombia se ha mostrado como un espacio dinámico con oportunidades de crecimiento, especialmente tras el impacto de la pandemia. Sin embargo, los jóvenes enfrentan barreras significativas como la falta de acceso a financiamiento, la competencia voraz en el mercado y la escasez de experiencia en la gestión empresarial. Según el artículo de la Revista La Barra, uno de los principales desafíos del sector es la alta informalidad, lo que dificulta que muchos emprendedores jóvenes logren la sostenibilidad de sus negocios. Además, los jóvenes desconocen muchas veces los recursos y beneficios que ofrecen los gremios del sector, lo que les impide aprovechar oportunidades clave para el desarrollo de sus emprendimientos.

Por otro lado, el apoyo institucional y la educación emprendedora son fundamentales para mejorar el panorama del emprendimiento juvenil. La creación de políticas públicas que incentiven el acceso al financiamiento y la formación en habilidades empresariales es esencial para que los jóvenes puedan superar las barreras iniciales y consolidar sus negocios. La falta de conocimiento sobre las regulaciones, normativas locales y las oportunidades gremiales también constituye un obstáculo que frena el desarrollo de proyectos. Como destaca el artículo, iniciativas como el

fortalecimiento del turismo gastronómico en ciudades como Bogotá pueden replicarse en otras regiones como Manizales, incentivando la participación de nuevos emprendedores en el sector.

Finalmente, es necesario que los jóvenes comprendan el entorno en el que desean emprender, ya que el éxito en la creación de empresas no solo depende de ideas innovadoras, sino también de una adecuada planificación y conocimiento del mercado. La identificación de los desafíos y oportunidades económicas de la ciudad puede ser clave para mejorar las condiciones económicas de los emprendedores y generar empleo en un contexto donde las oportunidades laborales son limitadas. En este sentido, apoyar el emprendimiento juvenil en Manizales no solo contribuye al crecimiento económico local, sino que ofrece una vía para mejorar la calidad de vida de los jóvenes y sus familias, impulsando el desarrollo de la ciudad.

3 Objetivos

3.1 Objetivo general

Identificar los obstáculos y oportunidades que experimentan los jóvenes entre 18 y 28 años de Manizales para el desarrollo de emprendimientos enfocados en el sector de restaurantes y bares.

3.2 Objetivos específicos

- Determinar las barreras que hacen parte del proceso de la gestión de negocios en jóvenes de 18 a 28 años en el sector de restaurantes y bares en la ciudad de Manizales.
- Identificar las principales dificultades que experimentan los jóvenes de 18 a 28 años al emprender en el sector de restaurantes y bares en la ciudad de Manizales.
- Analizar las oportunidades que tienen los jóvenes de 18 a 28 años para emprender en el sector de restaurantes y bares en la ciudad de Manizales.

5 Marco teórico

El emprendimiento es una actividad de gran relevancia en el desarrollo económico y social de las naciones. Se caracteriza por la identificación y explotación de oportunidades a través de la innovación y la creación de valor (Shane y Venkataraman, 2000). Esta iniciativa, ya sea de tipo económico o social, es llevada a cabo por emprendedores que, mediante su ingenio y habilidades personales, buscan transformar una idea en un negocio sostenible, aun enfrentando altos niveles de incertidumbre y riesgo (Hisrich, Peters y Shepherd, 2008).

Schumpeter (1942) argumenta que los emprendedores son agentes de cambio económico, ya que rompen con el equilibrio del mercado a través de la introducción de innovaciones que generan nuevas combinaciones de recursos. Este proceso, conocido como "destrucción creativa", es fundamental para el desarrollo de sectores industriales y el avance económico. Además, el emprendimiento contribuye a la generación de empleo, la diversificación de la economía y el fortalecimiento del tejido empresarial (Audretsch y Thurik, 2004).

Como se mencionó previamente, la teoría de Schumpeter destaca el rol crucial de los emprendedores como agentes de cambio económico dentro del capitalismo. Schumpeter (1942) argumenta que los emprendedores son los motores de la destrucción creativa, un proceso mediante el cual se introduce innovación, rompiendo así el equilibrio del mercado y generando nuevas combinaciones de recursos. Esta innovación no solo permite la creación de nuevos productos y servicios, sino que también destruye o reemplaza estructuras obsoletas, creando un espacio para el crecimiento y la evolución (Schumpeter, 1942). Este enfoque dinámico y transformador del emprendimiento es particularmente relevante para los jóvenes emprendedores que buscan abrir nuevos bares o restaurantes en Manizales, un sector donde la competencia ya es alta y las barreras para entrar al mercado son considerables.

El concepto de destrucción creativa refleja la constante tensión entre lo antiguo y lo nuevo, lo que a menudo crea dificultades para los nuevos emprendedores que se enfrentan a un mercado saturado. En este contexto, los jóvenes deben ser capaces de aportar algo innovador que desafíe el

status quo, desde un menú disruptivo hasta nuevas formas de interacción con los clientes. No obstante, en un mercado competitivo como el de Manizales, los emprendedores deben ser conscientes de los obstáculos estructurales y culturales que enfrentan, como la falta de capital inicial, la dificultad para acceder a financiamiento, o la desconfianza hacia las nuevas ideas empresariales (Harrison & Mason, 2000). La innovación se convierte en una herramienta no solo para diferenciarse, sino también para sobrevivir en un entorno marcado por altos niveles de competencia.

Schumpeter (1942) también subraya que el emprendimiento contribuye significativamente a la diversificación económica, la generación de empleo y el fortalecimiento del tejido empresarial, factores clave para el crecimiento y la sostenibilidad de cualquier economía. Este proceso de innovación constante y de creación de nuevas combinaciones de recursos genera un impacto positivo en el ecosistema económico, al permitir que surjan nuevas industrias y nuevas oportunidades de empleo (Audretsch y Thurik, 2004). Para los jóvenes emprendedores en Manizales, el desafío estriba en cómo generar este tipo de valor en un sector de bares y restaurantes que está cada vez más saturado. Aunque existen oportunidades para aquellos capaces de innovar, también se enfrentan a la incertidumbre inherente al proceso emprendedor, ya que las nuevas combinaciones de recursos pueden no siempre ser exitosas en un mercado que exige resultados rápidos.

Este desafío es reflejo de un fenómeno más amplio observado por Schumpeter: la relación entre ciclos económicos y la innovación. Los emprendedores enfrentan constantemente un entorno económico que oscila entre la expansión y la recesión, lo que genera un panorama de incertidumbre y riesgo. Sin embargo, como señala Schumpeter (1934), este proceso de destrucción y renovación es lo que permite que la economía avance y se diversifique. En el caso de los jóvenes emprendedores en el sector de bares y restaurantes en Manizales, este proceso de "destrucción creativa" puede ofrecer oportunidades en medio de las dificultades, si logran identificar nichos de mercado o aprovechar tendencias emergentes como la sostenibilidad o el consumo responsable.

En resumen, la teoría de Schumpeter proporciona una perspectiva valiosa para entender cómo la innovación, aunque desafiante, es el motor que impulsa el desarrollo de nuevos sectores, incluida la industria de bares y restaurantes. A pesar de las dificultades inherentes al entorno competitivo y la falta de recursos, los jóvenes emprendedores tienen la capacidad de utilizar la innovación como una herramienta para superar las barreras de entrada y contribuir al crecimiento económico de su ciudad. En este proceso, es fundamental que los emprendedores se adapten y evolucionen, tal como lo sugiere Schumpeter, porque solo a través de la constante renovación y el desafío a las estructuras establecidas, los jóvenes podrán prosperar en un mercado en constante cambio, no obstante el riesgo y la incertidumbre son elementos inherent

es al emprendimiento, como lo señala Knight (1921), quien destaca que el éxito en esta actividad depende de la capacidad del emprendedor para tomar decisiones en contextos de información limitada. A pesar de los desafíos, el emprendimiento sigue siendo una opción atractiva para aquellos que desean lograr independencia financiera y contribuir al desarrollo económico y social de sus comunidades (Kuratko, 2016).

5.2.1. Modelos en Emprendimiento

El emprendimiento juvenil ha cobrado relevancia como respuesta a la falta de oportunidades laborales y como motor de innovación social y económica. Para comprenderlo, es clave analizar modelos que expliquen tanto la intención de emprender como las condiciones externas que la posibilitan y las competencias necesarias para ejecutarla. Entre los más destacados se encuentran el modelo de Shapero (1984), la teoría institucional (North, 1993; Bruton, Ahlstrom y Li, 2010) y el modelo de competencias de Varela y Bedoya (2005).

El modelo de Shapero (1984) explica que la acción emprendedora surge de tres fases: el desplazamiento (motivado por desempleo o búsqueda de independencia), el deseo de emprender y la percepción de factibilidad. Este enfoque resulta relevante para los jóvenes, quienes suelen

enfrentarse a limitadas oportunidades laborales y optan por el emprendimiento como alternativa (Shapero, 1984; Krueger & Brazeal, 1994). Además, el deseo emprendedor se construye en interacción con referentes familiares y educativos que moldean percepciones de legitimidad (Gibb & Ritchie, 1982).

Por su parte, la teoría institucional resalta que las intenciones emprendedoras dependen del marco estructural en el que se desarrollan. North (1993) diferencia entre instituciones formales — como leyes, políticas de apoyo y educación emprendedora— e informales, como normas y valores culturales. De acuerdo con Bruton, Ahlstrom y Li (2010), cuando estas instituciones no favorecen el emprendimiento, los jóvenes encuentran mayores barreras para materializar sus proyectos. Así, la falta de financiamiento o de marcos regulatorios adecuados puede limitar la transición de la intención a la acción (Aidis, Estrin & Mickiewicz, 2008).

En complemento, el modelo de Varela y Bedoya (2005) plantea que el proceso emprendedor se desarrolla en seis etapas: generación de idea, evaluación, plan, arranque, crecimiento y consolidación. Para recorrerlas, el joven necesita competencias técnicas (finanzas, gestión, mercado) y personales (creatividad, resiliencia, liderazgo). Estudios en Colombia muestran que el fortalecimiento de estas competencias en la formación universitaria aumenta las probabilidades de sostenibilidad de los emprendimientos juveniles (Varela, 2001; Díaz & Cancino, 2012).

La articulación de estos modelos ofrece una visión integral: el desplazamiento vital y la intención emprendedora (Shapero) requieren de un entorno institucional favorable (North; Bruton et al.) y de competencias concretas (Varela & Bedoya) para transformarse en emprendimientos sostenibles. Así, comprender simultáneamente la dimensión individual, institucional y competencial permite identificar tanto las problemáticas como las oportunidades del emprendimiento juvenil.

5.2.2. Emprendimiento juvenil

El emprendimiento juvenil es una alternativa clave para integrar a los jóvenes al mercado laboral, especialmente en países con altas tasas de desempleo juvenil. Esta forma de autoempleo permite a los jóvenes generar ingresos, adquirir habilidades empresariales y contribuir al desarrollo económico de sus comunidades (Chigunta, 2002). Además, fomenta la independencia financiera y reduce la participación en actividades delictivas, lo que convierte al emprendimiento en una herramienta valiosa para la inclusión social y la estabilidad económica (OECD, 2017).

Uno de los factores críticos que influyen en el emprendimiento juvenil es el nivel educativo. Blanchflower y Meyer (1994) destacan que una mayor educación incrementa las probabilidades de éxito en los negocios debido al desarrollo de competencias en planificación, gestión y toma de decisiones. Rasheed (2000) refuerza esta idea al argumentar que la educación formal proporciona habilidades técnicas y gerenciales fundamentales para enfrentar los desafíos empresariales.

Sin embargo, la educación no es el único determinante. Factores como el acceso al financiamiento, el apoyo institucional y la existencia de redes de mentoría también son fundamentales (Turker y Selcuk, 2008). La capacidad de los jóvenes para superar las barreras del mercado depende en gran medida de su entorno, siendo el ecosistema emprendedor un factor determinante en la viabilidad de sus iniciativas (Henderson y Robertson, 1999). A nivel local, es fundamental implementar políticas públicas que promuevan el acceso a recursos y la formación empresarial para empoderar a los jóvenes emprendedores.

Diversos estudios han identificado factores económicos, sociales, psicológicos y académicos que inciden en la disposición de los jóvenes hacia el emprendimiento. Turker y Selcuk (2008) destacan la influencia del entorno social, afirmando que el apoyo de familiares, amigos y redes de contacto es determinante para el desarrollo de iniciativas empresariales juveniles. De igual

manera, Pihie (2009) subraya la importancia de los factores motivacionales, como el deseo de independencia financiera y la realización personal, como catalizadores para emprender.

Montes y Siga (2009) señalan que las políticas públicas y el acceso a financiamiento son elementos críticos para reducir las barreras económicas y aumentar la viabilidad de los proyectos juveniles. Capaldo (1997) enfatiza la necesidad de estructuras institucionales que ofrezcan formación y mentoría, facilitando el acceso a conocimientos clave para la gestión de negocios.

En el ámbito académico, Henderson y Robertson (1999) sostienen que un entorno educativo que fomente el emprendimiento tiene un impacto significativo en la intención emprendedora de los jóvenes. La exposición a actividades formativas, simulaciones empresariales y redes de mentoría genera habilidades críticas para la creación y gestión de empresas. Estudios posteriores refuerzan esta visión, destacando que el aprendizaje práctico y el networking durante la etapa universitaria aumentan las probabilidades de éxito en el emprendimiento juvenil (Wilson, Marlino y Kickul, 2007). La combinación de estos factores promueve un entorno favorable para la creación de empresas por parte de jóvenes emprendedores.

Dentro de los factores de tipo económico y demográfico, las dificultades de acceso al capital, financiación y los bajos ingresos que posean los individuos jóvenes detraen la probabilidad de generación de emprendimientos (Blanchflower y Oswald, 1990; Henderson y Robertson, 1999; Espí et al., 2007; Turker y Selcuk, 2008; Olawale, 2010; Capaldo, 1997; Fairlie, 2002). Mientras que contar con un soporte económico, como por ejemplo una herencia, afecta positiva y significativamente la iniciativa empresarial (Blanchflower y Oswald, 1990). Las investigaciones de Blanchflower y Meyer (1994), Blanchflower y Oswald (1998) y Schiller y Crewson (1997) apuntan a que los factores demográficos (edad del individuo) tienen una relación positiva en los emprendedores juveniles. Es posible encontrar soporte a este resultado si observamos dentro de la literatura la variable de experiencia laboral, que en estudios realizados por Henderson y Robertson

(1999) y Lévesque y Minniti (2006) posee un impacto positivo y significativo dentro de la iniciativa empresarial juvenil.

Adicionalmente, Henderson y Robertson (1999), Rasheed (2000), Thomas (2009) y Olmos y Castillo (2009) examinan la influencia de factores psicológicos usando variables tales como el control del locus interno y la tolerancia a las adversidades, encontrando como resultado que los jóvenes que poseen altos niveles de tolerancia y de control poseen una tendencia mayor a las iniciativas empresariales, contrariamente a los jóvenes que no poseen dichas características.

Por otra parte, Wilson, Marlino y Kickul (2007), Lafuente, Vaillant y Gómez (2007) y Capaldo (1997) consideran en sus análisis variables como la autoconfianza, la percepción de habilidades por parte del individuo y la autoeficacia, generando indicios de que estas afectan positivamente la creación de empresas en la población joven. Olawale (2010), Wilson, Marlino y Kickul (2004) y Fairlie (2002) analizan la autonomía y la búsqueda de independencia como variables que influyen en los emprendimientos. Por otro lado, Espí et al. (2007) indican que la posibilidad de poner en práctica ideas propias, la independencia personal y trabajar con mayor libertad de decisión y de acción constituyen factores que inducen el autoempleo.

Una de las principales barreras para los jóvenes emprendedores es el acceso limitado a financiamiento competitivo. Según el Informe Económico Anual 2023 de la Cámara de Comercio de Manizales por Caldas, las empresas de menor tamaño enfrentan mayores dificultades en este aspecto, lo que puede obstaculizar su sostenibilidad en el tiempo (García García y Miranda Jaramillo, 2023). Esta situación se ve reflejada en nuestra propia experiencia como jóvenes emprendedores interesados en abrir nuestro propio negocio en el sector de restaurantes y bares en Manizales. A pesar de tener una idea sólida y un plan de negocios bien elaborado, nos hemos encontrado con dificultades para obtener el financiamiento necesario para poner en marcha nuestro emprendimiento.

Además del acceso a financiamiento, otro desafío importante es la competencia en el mercado. Con un crecimiento constante en el número de empresas en el sector de restaurantes y bares, la competencia se intensifica, especialmente para aquellos que son nuevos en el mercado (García García y Miranda Jaramillo, 2023). Esto requiere una cuidadosa planificación y diferenciación para destacarse entre la multitud y atraer a los clientes.

En cuanto al emprendimiento en Colombia, se identifica una debilidad en el capital social y económico, lo que dificulta la construcción de redes de contactos entre emprendedores e instituciones para acceder a recursos. Es fundamental fomentar la confianza y la colaboración en el ecosistema emprendedor para promover el crecimiento económico y el desarrollo empresarial en el país.

5.2.3. Obstáculos sociales y culturales

En esta primera parte, se expone las principales necesidades e importancia del emprendimiento en el territorio nacional, como este puede cambiar e influir en la sociedad de manera positiva, aportando de una manera directa al crecimiento económico de una sociedad.

Es por ello por lo que hemos enfocado esta investigación a los datos más relevantes y las características principales que tienen los emprendedores juveniles, en el cual encontramos variables que pueden ser positivas o negativas como la hostilidad, las dificultades de comunicación, la baja autoconfianza, el riesgo elevado y el miedo al fracaso y la delincuencia. Son características importantes que afectan o favorecen al emprendedor juvenil de la ciudad de Manizales y del país, enfocado en el mercado de bares y restaurantes.

En un contexto donde el emprendimiento juvenil es cada vez más relevante, especialmente en sectores como el de restaurantes y bares, es fundamental comprender las dificultades económicas que enfrentamos los jóvenes emprendedores en ciudades como Manizales. Según un estudio reciente realizado por la Cámara de Comercio de Manizales por Caldas (CCMPC), se destaca que las empresas en el sector Restaurantes y Bares han experimentado un crecimiento promedio del

3,7% entre 2016 y 2023 (García García y Miranda Jaramillo, 2023). Esto refleja el potencial de crecimiento en esta industria, pero también evidencia la competencia en el mercado local.

El sector de bares y restaurantes en Colombia ha sido durante mucho tiempo un pilar importante de la economía del país. Sin embargo, los acontecimientos y desafíos recientes, entre otros, el impacto de la pandemia de COVID-19, han obligado a los emprendedores en los sectores de bares y restaurantes a replantear sus estrategias y buscar nuevas oportunidades para no cerrar sus emprendimientos. A partir de 2023, el sector colombiano de bares y restaurantes enfrenta varios desafíos. Los confinamientos y restricciones inducidos por la pandemia afectaron significativamente las ventas, lo que provocó una disminución de los ingresos para muchos de estos tipos de establecimientos. Según el Observatorio Económico de Asobares, aproximadamente el 72,73% de los negocios experimentó una reducción en las ventas durante el primer semestre de 2023. La situación sigue siendo compleja, con la inflación en aumento y los precios afectando tanto a los consumidores como a los propietarios de negocios (Bancolombia, 2020).

En Colombia, las pequeñas y medianas empresas (Pymes) son importantes en el escenario empresarial. Las Pymes suelen tener objetivos inmediatos y suelen enfrentarse a desafíos como limitaciones de capital, crecimiento, gestión con poca experiencia y falta de adaptación, lo que puede conducir a costosos errores (Universidad del Bosque, 2024).

El liderazgo juega un papel crucial en el éxito de cualquier empresa. Bass (1998) distingue dos estilos de liderazgo: transformacional y transaccional. El liderazgo transformacional, según Bass, permite a los seguidores enfrentar con éxito situaciones de conflicto o estrés, lo que resulta especialmente útil en situaciones de cambio y emprendimiento. Por otro lado, el liderazgo transaccional se centra en la corrección y los resultados, siendo fundamental para la sostenibilidad empresarial.

5.2.4. Obstáculos técnicos y de conocimiento

Afortunadamente, el informe también destaca el impacto positivo de la educación emprendedora en la capacidad de los jóvenes emprendedores para superar estos desafíos. Según los datos recopilados, la educación emprendedora juega un papel crucial en el desarrollo de habilidades y competencias necesarias para el éxito empresarial (García García, Miranda Jaramillo, 2023). Personalmente, nos hemos encontrado que los cursos y talleres sobre emprendimiento ofrecidos por nuestra universidad han sido invaluableles en la preparación para lanzar nuestro negocio. Nos han proporcionado herramientas y conocimientos prácticos que nos han ayudado a abordar los desafíos financieros y a desarrollar estrategias efectivas para competir en el mercado.

La teoría del crecimiento empresarial, como propuesta por Penrose (1959), es fundamental para comprender los diferentes aspectos relacionados con el emprendimiento. Penrose distingue dos significados del crecimiento empresarial. Por un lado, el primer significado implica un aumento en la producción de la empresa, lo que se traduce en la generación y mejora de empleos. Por otro lado, el segundo significado se enfoca en un proceso natural y biológico de crecimiento, donde los cambios internos están dirigidos hacia un objetivo definido (Universidad del Bosque, 2020).

En resumen, el emprendimiento juvenil en el sector de restaurantes y bares en Manizales presenta desafíos significativos, pero también oportunidades emocionantes para el crecimiento y la innovación. A través del acceso a financiamiento, la educación emprendedora y la planificación estratégica, los jóvenes emprendedores pueden superar estos obstáculos y contribuir al desarrollo económico y social de la ciudad.

El acceso a oportunidades financieras es fundamental para el éxito de los emprendimientos juveniles, particularmente en sectores altamente competitivos como el de bares y restaurantes. Una fuente importante de financiamiento para jóvenes emprendedores son los créditos bancarios y las líneas de financiamiento gubernamental. Sin embargo, según el informe económico anual de la Cámara de Comercio de Manizales por Caldas (2023), el 62,5% de los emprendedores en el sector enfrenta dificultades significativas para acceder a financiamiento, lo cual limita sus posibilidades de expansión y sostenibilidad.

Las políticas de apoyo financiero también juegan un papel crucial. Programas como "Joven Manizaleño + Emprendedor" ofrecen oportunidades de financiamiento a través de subsidios y créditos con tasas preferenciales, facilitando la puesta en marcha de proyectos juveniles. Según Tapuyo Zambrano (2022), la creación de alianzas entre instituciones financieras y organismos de desarrollo económico fomenta la inclusión financiera y mejora el acceso a recursos económicos para los jóvenes emprendedores.

Otra oportunidad relevante es el financiamiento colaborativo o crowdfunding, que ha ganado popularidad debido a su accesibilidad y capacidad para validar ideas de negocio en el mercado (Guerrero, et al., 2021). Este modelo permite a los emprendedores jóvenes captar recursos directamente de su comunidad, fortaleciendo su conexión con los consumidores y reduciendo la dependencia de instituciones financieras tradicionales. La diversificación de fuentes de financiamiento, junto con el fortalecimiento de programas gubernamentales, es fundamental para potenciar el emprendimiento juvenil en Manizales y otras ciudades intermedias.

El sector turístico de Colombia presenta oportunidades para bares y restaurantes. Los turistas representan oportunidades de consumo en este tipo de establecimientos. Las alianzas estratégicas con operadores turísticos y hoteles también pueden atraer visitantes.

5.2.5. Oportunidades de diferenciación e innovación

En un entorno altamente competitivo como el sector de la restauración, la diferenciación y la innovación se han convertido en elementos esenciales para la sostenibilidad y el crecimiento de los negocios. Una de las principales tendencias que está transformando la industria es la creciente conciencia ambiental de los consumidores. Según estudios recientes, los clientes prefieren establecimientos que adoptan prácticas ecológicas, como la reducción de desperdicios, el uso de envases biodegradables y la compra de ingredientes locales (OECD, 2017; Tapuyo Zambrano, 2022). Implementar estas estrategias no solo mejora la percepción del negocio, sino que también genera un impacto positivo en el medio ambiente y en la comunidad local, fortaleciendo la lealtad de los consumidores y aumentando su disposición a pagar más por productos sostenibles (Lafuente, Vaillant y Gómez, 2007; Guerrero et al., 2021).

Además, las alianzas con proveedores locales permiten a los restaurantes ofrecer productos más frescos y de mejor calidad, lo que representa un factor de diferenciación clave en el mercado. Según un estudio de la Cámara de Comercio de Manizales por Caldas (CCMPC, 2023), el 79,2% de los emprendedores en el sector gastronómico considera que las alianzas estratégicas con proveedores locales son fundamentales para la sostenibilidad de sus negocios. Estas colaboraciones no solo reducen los costos logísticos y de transporte, sino que también fortalecen la economía local y crean una red de apoyo entre pequeños empresarios (Hisrich, Peters y Shepherd, 2008; Fairlie, 2002).

Otro elemento clave en la diferenciación es el uso estratégico de las redes sociales y el marketing digital. La digitalización ha permitido a los bares y restaurantes aumentar su visibilidad, atraer clientes y fidelizar a su audiencia mediante estrategias innovadoras (OECD, 2017; Rasheed, 2000). Plataformas como Instagram, Facebook y TikTok se han convertido en herramientas esenciales para la promoción de negocios, permitiendo a los emprendedores compartir imágenes atractivas de sus productos, interactuar con clientes y generar contenido atractivo que impulse el posicionamiento de la marca (Blanchflower y Oswald, 1998; Timmons, 1999).

Asimismo, la implementación de estrategias de diferenciación basadas en tecnología, como la personalización de experiencias mediante aplicaciones móviles y programas de fidelización digital, ha demostrado ser efectiva en la captación y retención de clientes (Henderson y Robertson, 1999; Kuratko, 2016). De acuerdo con un estudio de la Universidad del Bosque (2024), los restaurantes que han incorporado herramientas digitales para la gestión de reservas y pedidos han experimentado un aumento en la satisfacción del cliente y en la eficiencia operativa. La diferenciación no solo debe centrarse en el producto o servicio, sino también en la experiencia del consumidor, ya que esto es determinante en su decisión de compra y fidelización (Wilson, Marlino y Kickul, 2007; Montes y Siga, 2009).

Identificar nichos de mercado poco atendidos, como la cocina vegetariana o vegana, los cócteles artesanales o los platos de fusión, y adaptar las ofertas para satisfacer preferencias dietéticas y estilos de vida específicos, puede ser una estrategia efectiva. Manizales, como en otras partes del país, el emprendimiento se considera una herramienta clave para impulsar la economía local y reducir el desempleo. Sin embargo, los jóvenes emprendedores en Manizales se enfrentan a obstáculos particulares al intentar iniciar sus propios negocios en sectores como la industria de restaurantes y bares. La falta de acceso a financiamiento, la competencia en el mercado local y la escasez de experiencia son algunos de los desafíos financieros que afectan sus oportunidades de éxito.

A pesar de estos desafíos, Manizales ha demostrado un crecimiento continuo en su ecosistema emprendedor. La ciudad ha desarrollado programas como "Joven Manizaleño + Emprendedor" y políticas dirigidas a fomentar el espíritu empresarial entre los jóvenes y proporcionarles el apoyo necesario para convertir sus ideas en una realidad. Además, la colaboración entre instituciones educativas y el sector empresarial ha fortalecido el vínculo entre la teoría y la práctica, brindando a los emprendedores acceso a recursos y conocimientos especializados (Open Mas, 2024).

La cultura emprendedora en Manizales está en constante evolución, con una creciente aceptación social del emprendimiento como una opción de carrera viable. A medida que la ciudad continúa desarrollándose como un centro de innovación y creatividad, es fundamental seguir apoyando y fortaleciendo el ecosistema emprendedor para garantizar un crecimiento económico sostenible y la generación de empleo en la región.

En resumen, se puede detectar una gran escasez de recursos necesarios para los jóvenes emprendedores. Actualmente, con las nuevas iniciativas, estudios y apoyo brindado en la ciudad de Manizales, se podrán generar nuevas pymes que hagan de la ciudad un lugar con más jóvenes emprendedores generadores de empleo. Los aspectos de falla en los emprendedores locales son factores que actualmente están llevando a la quiebra temprana a los jóvenes emprendedores.

6. Metodología

6.1. Enfoque y tipo de investigación

El presente estudio se desarrolló bajo un enfoque de investigación cuantitativo, ya que se fundamentó en la recolección y análisis de datos numéricos con el propósito de comprender de manera objetiva las barreras, dificultades y oportunidades que enfrentan los jóvenes emprendedores en el sector de bares y restaurantes en la ciudad de Manizales. Este enfoque permitió medir la magnitud de los factores que inciden en el proceso de emprendimiento, facilitando la identificación de patrones y tendencias en la actividad empresarial juvenil dentro de este sector.

Así mismo, la investigación adoptó un diseño descriptivo, ya que se orientó a caracterizar las condiciones en las que los jóvenes llevan a cabo sus emprendimientos en este ámbito específico. A través de la sistematización y análisis de los datos obtenidos mediante encuestas, se logró proporcionar una visión detallada de los principales retos y oportunidades que influyen en el éxito o fracaso de estos negocios. La recolección de información permitió analizar variables clave como el acceso a financiamiento, la competencia en el mercado, las estrategias de diferenciación y la influencia de la formación empresarial en la sostenibilidad de los emprendimientos.

Para la recolección de datos, se adquirió una base de datos de la Cámara de Comercio de Manizales sobre emprendedores del sector de bares y restaurantes, que incluía 200 registros. Tras enviar los cuestionarios, se obtuvieron 53 respuestas, pero no todas fueron válidas para el análisis. A través del proceso de validación, se revisaron las respuestas para asegurar su consistencia y pertinencia. Se eliminaron respuestas incompletas o inconsistentes, así como aquellas que no cumplían con el perfil de jóvenes emprendedores. Finalmente, se conservaron 45 respuestas válidas para la investigación, garantizando que los datos fueran relevantes y confiables.

6.2. Instrumentos y técnicas de recolección de datos

Para la recolección de datos, se seleccionó la encuesta como principal herramienta, debido a su capacidad para obtener información de una muestra de emprendedores en el sector de bares y restaurantes en Manizales. Esta metodología permite recopilar datos de manera estructurada y eficiente, facilitando el análisis de tendencias y patrones dentro del grupo de estudio.

La encuesta está conformada por un total de catorce preguntas, diseñadas con base en dos constructos principales: barreras y oportunidades. El constructo de barreras incluye ocho preguntas enfocadas en identificar los principales obstáculos que enfrentan los jóvenes emprendedores, mientras que el constructo de oportunidades consta de cuatro preguntas orientadas a explorar los factores que pueden favorecer el éxito y sostenibilidad de sus negocios. Además, se incorporaron dos preguntas adicionales para la recolección de datos sociodemográficos, con el objetivo de contextualizar mejor el perfil de los encuestados.

Para la medición de las respuestas, se empleó una escala de valoración de tipo ordinal, en la que los participantes calificaron cada ítem en un rango de uno a tres, donde uno representa una incidencia baja y tres indica una incidencia alta.

6.3. Población del estudio

La población objeto de estudio está conformada por una base de datos de 200 emprendedores, adquirida de la Cámara de Comercio de Manizales. De estos, 45 emprendedores fueron seleccionados como muestra válida para el estudio. Los emprendedores seleccionados pertenecen principalmente al sector de bares y restaurantes en la ciudad de Manizales, y se encuentran ubicados en sectores como El Cable, Milán y Chipre, áreas reconocidas por su alta concentración de establecimientos gastronómicos y de entretenimiento.

En cuanto a la distribución etaria, el 91% de los participantes tienen edades comprendidas entre los 18 y 28 años, mientras que el 9% corresponde a emprendedores en el rango de 29 a 39 años. Todos los individuos incluidos en la muestra han desarrollado ideas de negocio dentro del ámbito de bares y restaurantes, lo que permite un análisis enfocado en este sector.

6.4. Muestra

Teniendo en cuenta que se cuenta con una base de 200 emprendedores, para la presente investigación se establece un mínimo de 37 respuestas que equivale al 18,5% de las personas que cumplen con las características de la población antes mencionadas.

6.5. Muestreo

Se realizó un muestreo por conveniencia a las personas registradas en la base de datos extraída de la cámara de comercio manizales, a quienes se les envió la información del estudio junto con los criterios de participación. Los individuos tenían la potestad de aceptar o rechazar su participación en la investigación. Como resultado, se obtuvieron 45 respuestas.

6.6. Herramientas y técnicas de análisis de datos

En la investigación se utilizó la herramienta de análisis de datos Excel, donde se desarrollaron análisis descriptivos, incluyendo gráficos para resumir y visualizar la información. Además, se aplicaron medidas de análisis como promedios, valores mínimos y máximos, así como análisis de frecuencia.

6.7. Contexto

El emprendimiento juvenil en el sector de bares y restaurantes en Manizales ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años. Esta ciudad, caracterizada por su alta población estudiantil y su dinamismo económico, ofrece un entorno atractivo para la creación de nuevos negocios en el ámbito gastronómico. Sin embargo, los jóvenes emprendedores enfrentan múltiples desafíos que afectan la sostenibilidad de sus negocios, tales como la falta de financiamiento, la competencia intensa, las barreras regulatorias y la necesidad de capacitación en gestión empresarial.

Uno de los principales obstáculos identificados es el acceso limitado a financiamiento. Según estudios previos, el respaldo económico es crucial para la puesta en marcha y el crecimiento

de un negocio, pero los emprendedores jóvenes suelen encontrar dificultades para acceder a créditos o inversión externa. En la encuesta realizada, el 62.5% de los encuestados reportó problemas significativos en la obtención de financiamiento, lo que limita la capacidad de inversión en infraestructura, insumos y estrategias de crecimiento.

La competencia en el sector también representa un reto importante. Manizales cuenta con una amplia oferta de bares y restaurantes, especialmente en zonas estratégicas como “el cable”, “Milán” y “Chipre”. En este entorno, el 54.2% de los emprendedores encuestados mencionó enfrentar dificultades para diferenciarse y atraer clientes. Esto resalta la necesidad de estrategias innovadoras en marketing y diferenciación de productos o servicios.

El cumplimiento de normativas y regulaciones es otro aspecto clave que afecta a los jóvenes emprendedores. Un 45.8% de los encuestados indicó que las regulaciones legales y los trámites administrativos representan una barrera para la operación de sus negocios. La falta de conocimiento sobre estos requisitos puede generar problemas legales y afectar la estabilidad del emprendimiento.

A pesar de estos desafíos, existen oportunidades que pueden fortalecer el ecosistema emprendedor en el sector gastronómico. La adopción de tecnología y el uso del marketing digital han demostrado ser herramientas clave para mejorar la visibilidad y la gestión empresarial. El 91.7% de los emprendedores considera que el marketing digital es fundamental para atraer clientes, lo que resalta la importancia de estrategias en redes sociales y plataformas en línea.

Asimismo, las alianzas estratégicas con proveedores locales juegan un papel fundamental en la sostenibilidad de los negocios. El 79.2% de los encuestados considera que estas colaboraciones son esenciales para garantizar la calidad de los productos y reducir costos operativos.

7. Resultados

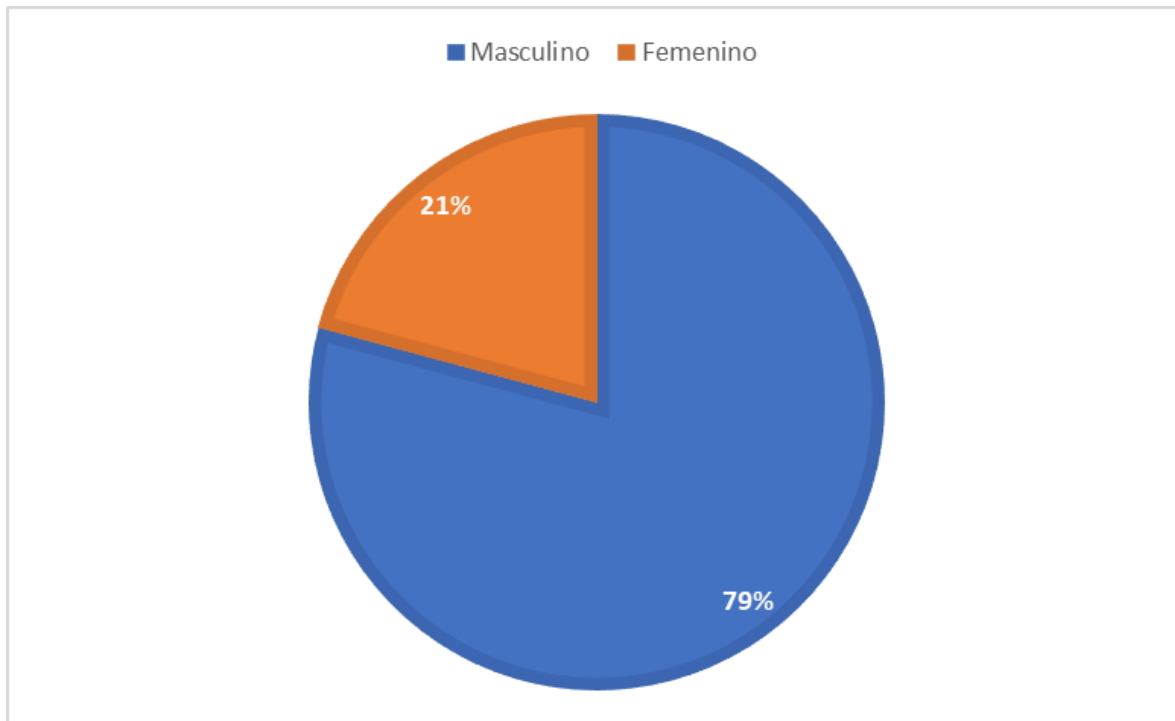
7.1. Caracterización sociodemográfica

SEXO

En Manizales, el 79% de los encuestados se identifica como masculino, mientras que únicamente un 21% corresponde al género femenino. Esta diferencia refleja que, en la ciudad, los hombres tienen una mayor presencia en el emprendimiento del sector de bares y restaurantes. No obstante, también puede evidenciarse que las mujeres enfrentan barreras adicionales para vincularse a este ámbito, como las dificultades en el acceso a financiamiento o la influencia de estereotipos de género en la gestión empresarial. Resulta fundamental analizar si en Manizales las mujeres que desean emprender en este sector cuentan con oportunidades y apoyos suficientes para consolidar sus negocios en condiciones de equidad.

A nivel nacional, diversas encuestas sobre emprendimiento juvenil (RECON, 2023) han señalado que el acceso a recursos económicos y la falta de apoyo gubernamental son los principales obstáculos para emprender, con un impacto mayor en mujeres jóvenes. Si bien no existen cifras exactas de género para el sector de bares y restaurantes, estudios del DANE y gremios de gastrobares muestran que este es un sector con alta empleabilidad juvenil, pero donde la participación femenina sigue siendo menor y más vulnerable frente a las barreras de formalización y financiamiento.

El panorama de Manizales coincide con la tendencia nacional: la baja representación femenina no se debe únicamente a falta de interés, sino a la existencia de limitaciones estructurales que dificultan su entrada y permanencia en el sector. Esto sugiere que, para la ciudad, sería clave reforzar programas de apoyo con enfoque diferencial de género, tomando como referencia experiencias nacionales que buscan equilibrar la participación de mujeres en el emprendimiento.

Tabla 1. SEXO

Fuente: Elaboración propia con base en resultados obtenidos

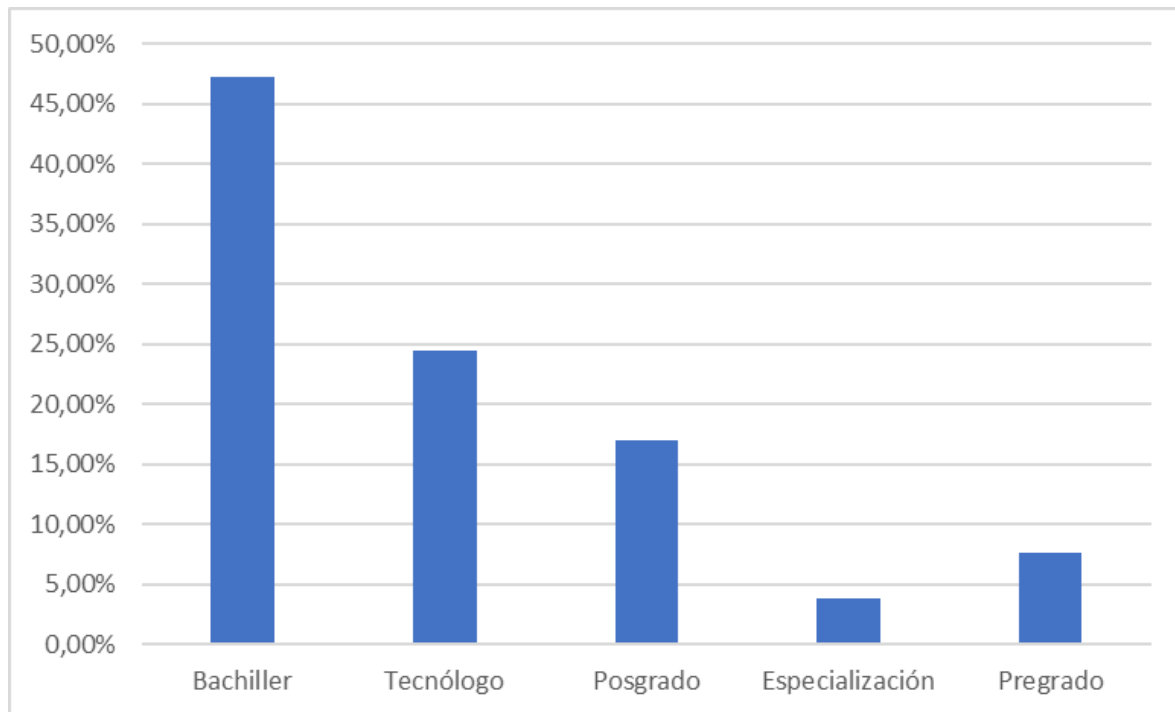
NIVEL EDUCATIVO

Los resultados reflejan una distribución diversa en el nivel educativo de los emprendedores encuestados de la ciudad de Manizales. El 47.2% cuenta con bachillerato, seguido por un 24.5% con formación tecnológica y un 17% con posgrado. Asimismo, un 7.6% posee estudios de pregrado y un 3.8% ha alcanzado un nivel de especialización. Estos datos evidencian que, aunque una parte importante de los emprendedores de la ciudad ha recibido educación formal, existen diferencias significativas en la preparación académica, lo que puede incidir en la forma en que enfrentan los retos propios del sector de bares y restaurantes en Manizales. Un nivel educativo más alto podría favorecer el acceso a herramientas y estrategias de gestión más efectivas, mientras que quienes

cuentan con menor formación podrían experimentar mayores dificultades en la administración de sus negocios.

A nivel nacional, estudios como los de Confecámaras (2022) han mostrado que una gran proporción de los emprendedores en Colombia inicia sus negocios con formación técnica o tecnológica, en especial a través de programas del SENA y el Fondo Emprender. Sin embargo, al igual que en Manizales, existe un grupo importante de emprendedores cuyo nivel máximo de educación es el bachillerato, lo que puede limitar su acceso a herramientas avanzadas de gestión empresarial. Este panorama coincide con lo identificado por RECON (2023), donde se resalta que los jóvenes emprendedores enfrentan dificultades en la formalización y sostenibilidad de sus negocios, en gran medida debido a brechas en capacitación académica y técnica.

La realidad de Manizales refleja un patrón muy similar al nacional: la mayoría de emprendedores cuenta con educación formal, pero no necesariamente con formación empresarial especializada. Esto sugiere la necesidad de fortalecer en la ciudad programas de capacitación continua y de nivel superior, especialmente dirigidos a emprendedores con menor formación académica, para reducir las desigualdades en la gestión del sector de bares y restaurantes.

Tabla 2. NIVEL EDUCATIVO

Fuente: Elaboración propia con base en resultados obtenidos

7.2. Barreras para el emprendimiento

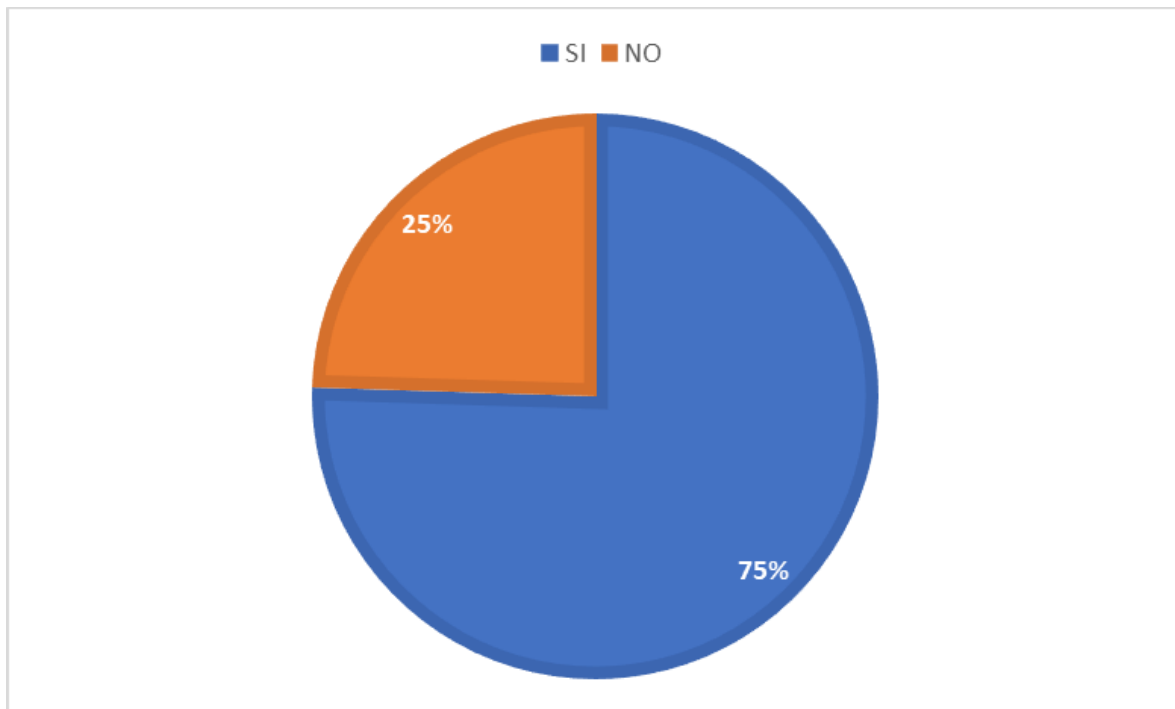
Formación específica en emprendimiento

En Manizales, el 75% de los encuestados afirmó haber recibido formación específica en emprendimiento, lo que evidencia que la mayoría ha buscado prepararse antes de iniciar sus negocios. Sin embargo, un 25% no ha tenido acceso a este tipo de capacitación, lo que puede significar una desventaja en la toma de decisiones y en la gestión empresarial. La formación en emprendimiento resulta fundamental para incrementar las probabilidades de éxito, ya que brinda herramientas útiles para enfrentar los retos financieros, operativos y de marketing que caracterizan al sector de bares y restaurantes en la ciudad. Considerando que cerca del 80% de los emprendedores manizaleños ha accedido a programas de capacitación, se puede deducir que existe

una oferta formativa importante en la ciudad; no obstante, es necesario fortalecer el acceso para aquellos que aún no han podido aprovechar estos espacios de aprendizaje.

A nivel nacional, el SENA y el Fondo Emprender son las entidades más reconocidas en la formación para jóvenes emprendedores. Según RECON (2023), el 40% de los jóvenes identifican al SENA como su principal fuente de apoyo, mientras que apenas el 8% menciona el Fondo Emprender. Estas cifras muestran que la formación en emprendimiento está relativamente disponible, pero su cobertura no es universal, lo que coincide con el 25% de emprendedores en Manizales que aún no ha accedido a programas formativos. Adicionalmente, iniciativas privadas como La Movid S-cool han buscado ampliar la capacitación gratuita en hospitalidad y gastronomía, llegando a cientos de jóvenes en ciudades como Bogotá y Medellín, lo que plantea un referente que podría replicarse en ciudades intermedias como Manizales.

La situación de Manizales se alinea con la tendencia nacional: existe un buen nivel de acceso a programas de capacitación, pero todavía hay un grupo de emprendedores sin formación en emprendimiento que queda en desventaja frente a los retos del sector. Esto sugiere que en la ciudad es necesario fortalecer la articulación entre programas locales (como los ofrecidos por la Cámara de Comercio de Manizales, universidades y el SENA regional) con iniciativas nacionales y privadas, para ampliar la cobertura y garantizar que todos los emprendedores tengan acceso a formación especializada.

Tabla 3.. FORMACIÓN ESPECIFICA EN EMPRENDIMIENTO

Fuente: Elaboración propia con base en resultados obtenidos

Dificultades para obtener financiamiento para el emprendimiento

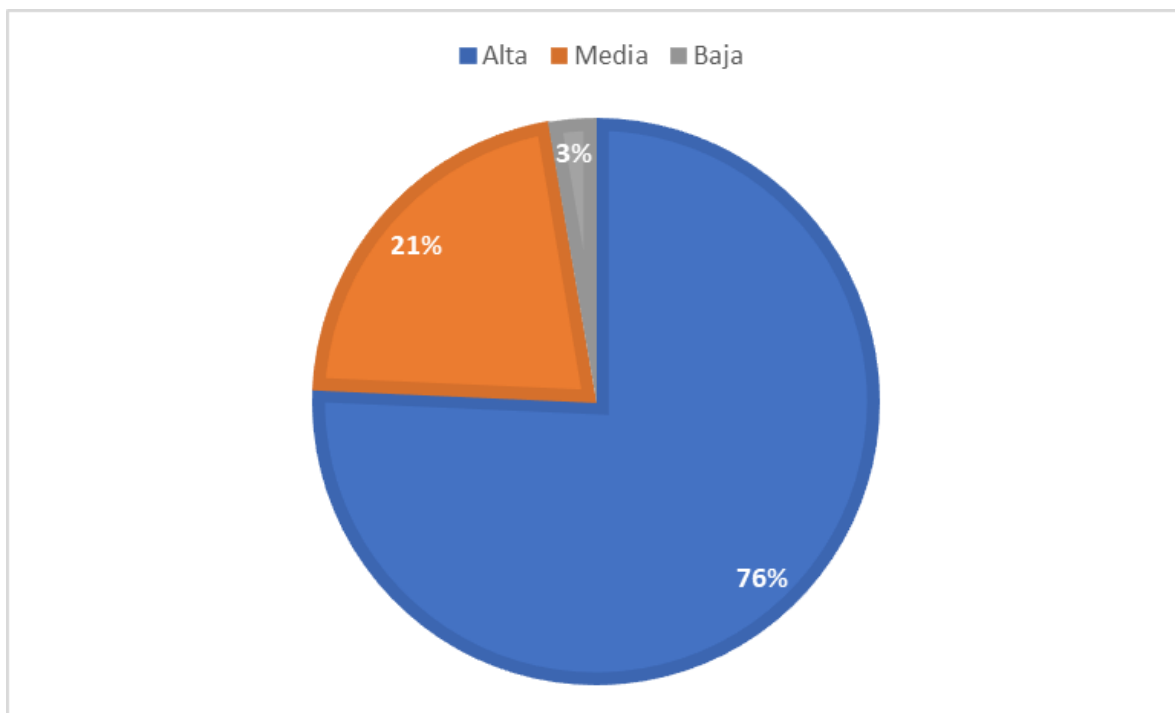
El 76% de los encuestados de la ciudad de Manizales manifestó haber enfrentado altas dificultades para acceder a financiamiento, mientras que un 21% señaló un nivel medio de dificultad. Tan solo un 3% considera que ha tenido pocas barreras para obtener recursos económicos. Estos resultados evidencian que, en la ciudad, la falta de acceso a financiamiento continúa siendo una de las principales limitaciones para los emprendedores del sector de bares y restaurantes, afectando de manera directa sus posibilidades de crecimiento, consolidación y sostenibilidad en el tiempo.

A nivel nacional, la encuesta de RECON (2023) evidenció que el 58% de los jóvenes emprendedores consideran la falta de recursos económicos como la principal barrera para iniciar o sostener un negocio. Además, un 35% señaló el escaso apoyo gubernamental y un 31% la complejidad de los procesos de formalización. Esto coincide con lo encontrado en Manizales, aunque en la ciudad el nivel de dificultad reportado (76%) es incluso mayor que el promedio

nacional, lo que refleja un escenario más crítico para acceder a crédito o inversión en este sector. Por otra parte, el gremio de gastrobares (Latinpyme, 2023) ha señalado que cerca del 30% de los empleos formales en bares y restaurantes son ocupados por jóvenes, lo que demuestra que este sector es un motor de empleabilidad juvenil, pero que podría estar limitado en su crecimiento por la falta de financiamiento.

El caso de Manizales muestra que las dificultades de acceso a financiamiento en el sector de bares y restaurantes son más acentuadas que en el promedio nacional, lo que impacta directamente en la sostenibilidad de los negocios. Este contraste evidencia la urgencia de fortalecer mecanismos locales de apoyo financiero, promover alianzas con entidades bancarias y explorar modelos de microcrédito y capital semilla, tomando como referencia programas nacionales ya implementados.

Tabla 4. DIFICULTADES PARA OBTENER FINANCIAMIENTO



Fuente: Elaboración propia con base en resultados obtenidos

Importancia del acceso a financiamiento para el éxito de su emprendimiento

En Manizales, el acceso a financiamiento se posiciona como una de las principales preocupaciones de los emprendedores en el sector de bares y restaurantes. Un 83% de los encuestados señaló que el financiamiento es un factor altamente importante para el éxito de sus negocios, lo que evidencia la fuerte dependencia de los recursos económicos para cubrir costos iniciales, operativos y de expansión. Por su parte, un 5.4% indicó que el financiamiento es medianamente importante, lo que sugiere que algunos emprendimientos en la ciudad pueden funcionar con modelos que requieren menor inversión o que han logrado acceder a fuentes alternativas de capital. Finalmente, solo un 10.8% considera que el financiamiento tiene poca importancia, posiblemente porque sus negocios han sido autofinanciados o iniciaron con inversiones mínimas.

Estos resultados confirman que, en Manizales, el acceso a capital sigue siendo un obstáculo relevante para el desarrollo del sector. La dificultad de obtener créditos o inversión externa limita tanto el crecimiento como la sostenibilidad de muchos emprendimientos.

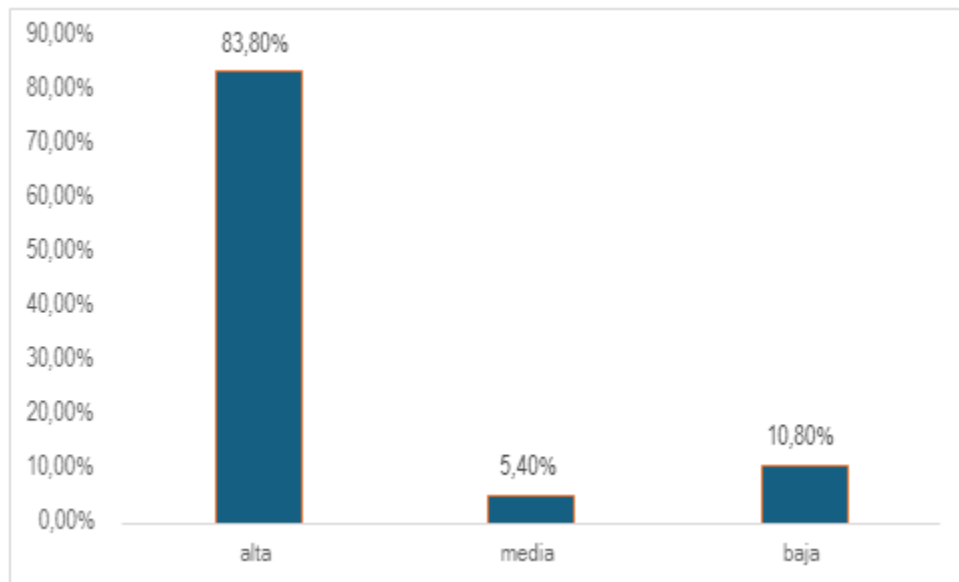
A nivel nacional, según RECON (2023), el 72% de los jóvenes considera que emprender en Colombia es muy difícil, siendo el acceso a recursos financieros la principal barrera (58%). Esta cifra coincide con la situación de Manizales, donde el 83% de los emprendedores del sector considera el financiamiento un factor altamente importante. Sin embargo, la proporción en Manizales es mayor, lo que indica que en la ciudad la dependencia del capital es aún más crítica.

Adicionalmente, programas nacionales como Fondo Emprender del SENA e iNNpulsa Colombia han sido diseñados para mitigar estas dificultades. No obstante, su alcance en regiones como Manizales suele ser limitado por factores como los requisitos de formalización, la falta de información o el desconocimiento sobre las convocatorias (Bancóldex, 2023). Esto resalta la necesidad de articular esfuerzos locales y regionales para facilitar el acceso a dichos programas y crear líneas de crédito más flexibles para emprendedores del sector de bares y restaurantes.

El caso de Manizales evidencia que el financiamiento no solo es percibido como importante, sino como fundamental para la supervivencia y expansión de los negocios. Mientras en Colombia en general los jóvenes emprendedores enfrentan barreras financieras significativas,

en Manizales la presión es aún mayor. Por ello, resulta indispensable que la ciudad impulse mecanismos de apoyo financiero propios y potencie la llegada de programas nacionales, con el fin de garantizar igualdad de condiciones y fortalecer la sostenibilidad empresarial en el sector gastronómico y de entretenimiento.

Tabla 5. IMPORTANCIA DEL ACCESO A FINANCIAMIENTO



Fuente: Elaboración propia con base en resultados obtenidos

Dificultades para el acceso a programas de apoyo o capacitación para emprendedores

El acceso a programas de capacitación y apoyo empresarial es crucial para el desarrollo y crecimiento de los emprendimientos en Manizales. Sin embargo, los resultados muestran que el 27% de los encuestados enfrenta dificultades medias para acceder a estos programas, mientras que otro 62.2% considera que las dificultades son altas. Este dato refleja que, aunque en la ciudad existen iniciativas de formación y asesoría impulsadas por universidades, la Cámara de Comercio e instituciones públicas y privadas, no son fácilmente accesibles para todos los emprendedores, ya sea por falta de información, restricciones en los requisitos de participación o la limitada disponibilidad de cupos.

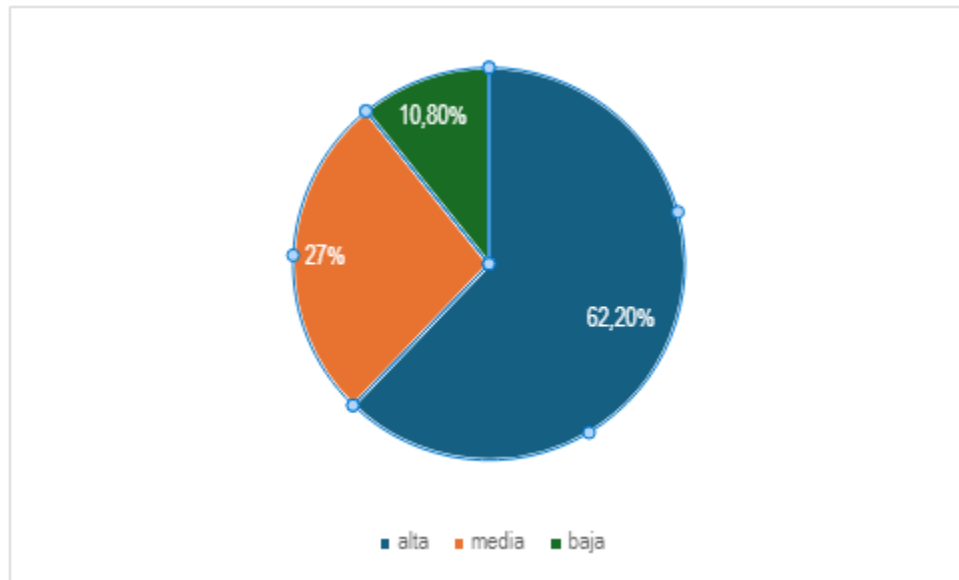
Sólo un 10.8% de los encuestados indicó que ha encontrado pocas barreras para acceder a capacitaciones y programas de apoyo en Manizales. Esto sugiere que aquellos que logran beneficiarse de estos espacios de formación adquieren ventajas competitivas en la administración de sus negocios, generando un impacto positivo en la dinámica empresarial local.

A nivel nacional, diversos estudios han señalado la importancia de la formación y el acompañamiento como factores determinantes para el éxito de los emprendedores. Por ejemplo, según la Encuesta Nacional de Empleo Joven (DANE, 2022), una de las principales limitaciones para los jóvenes emprendedores en Colombia es la falta de información y acceso a programas de capacitación, coincidiendo con la situación observada en Manizales.

De igual manera, el informe de iNNpulsa Colombia (2023) resalta que, aunque existen múltiples programas de formación en emprendimiento en el país, gran parte de los emprendedores jóvenes no logran acceder a ellos por falta de difusión o porque los requisitos no se ajustan a las realidades de quienes inician negocios de pequeña escala. Esto es especialmente relevante para sectores como bares y restaurantes, donde los emprendedores suelen tener menos tiempo y recursos para participar en capacitaciones extensas.

En contraste, las regiones con una mayor articulación entre universidades, gobiernos locales y sector privado presentan mayores tasas de acceso a programas de apoyo, lo que se traduce en emprendimientos más sostenibles. Esto indica que en Manizales aún se necesita fortalecer la integración entre las instituciones locales para ampliar la cobertura y el impacto de los programas de formación empresarial.

Los resultados de Manizales coinciden con la tendencia nacional: aunque existe una oferta de programas de capacitación y apoyo, su acceso sigue siendo limitado. En la ciudad, más del 62% percibe altas dificultades para ingresar a estos espacios, lo que puede generar brechas significativas en las capacidades de gestión entre los emprendedores que acceden y los que no. Por tanto, es clave que las instituciones locales no solo fortalezcan la difusión de la información, sino que flexibilicen sus requisitos y adapten los programas a las necesidades reales del sector de bares y restaurantes, con formatos más cortos, horarios flexibles y apoyos virtuales.

Tabla 6. DIFICULTADES PARA EL ACCESO A PROGRAMAS DE APOYO

Fuente: Elaboración propia con base en resultados obtenidos

Importancia de la capacitación emprendedora para el éxito del negocio

La formación empresarial es un factor clave en el desarrollo de los negocios en Manizales, especialmente en un sector tan competitivo como el de bares y restaurantes, que forma parte importante de la vida económica y cultural de la ciudad. De acuerdo con los resultados, el 89.2% de los encuestados considera que la capacitación emprendedora es muy importante para el éxito de su negocio, mientras que un 10.8% la califica como importante.

Esto evidencia que la mayoría de los emprendedores manizaleños reconoce el valor del aprendizaje continuo en temas como gestión financiera, marketing, atención al cliente y estrategias de crecimiento. Sin embargo, los datos obtenidos en el análisis previo demuestran que aún existen barreras para acceder a programas de formación, lo que genera una brecha entre la valoración positiva de la capacitación y las oportunidades reales para acceder a ella.

A nivel nacional, la importancia de la capacitación empresarial también ha sido destacada en informes recientes. Según el Global Entrepreneurship Monitor – GEM Colombia 2022/2023,

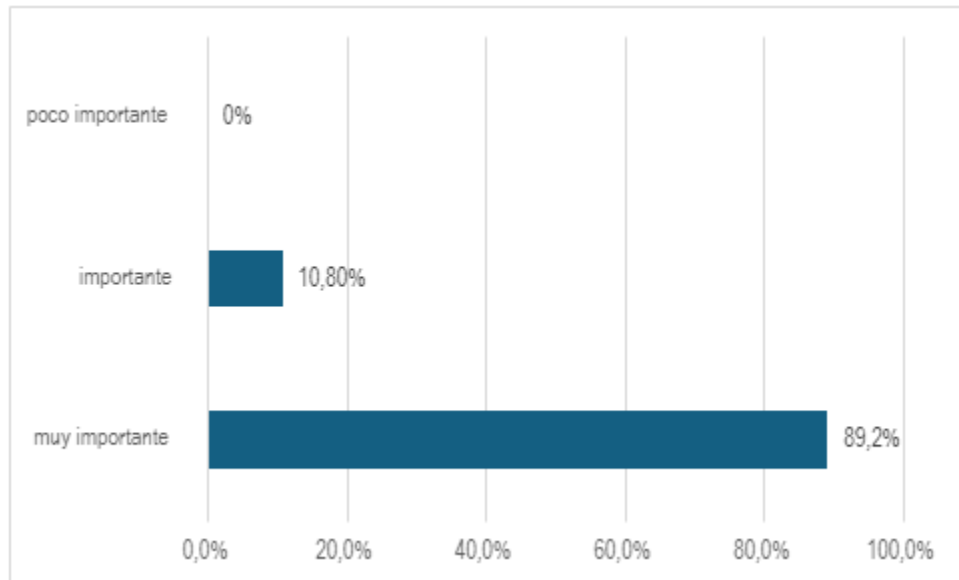
más del 80% de los emprendedores considera que la formación en gestión y habilidades empresariales es fundamental para garantizar la sostenibilidad de sus negocios. Sin embargo, una proporción significativa señala que los programas disponibles no siempre responden a las necesidades prácticas de los emprendedores, especialmente en sectores de servicios como gastronomía y entretenimiento.

De igual forma, un estudio de Confecámaras (2023) indica que los programas de capacitación y acompañamiento empresarial incrementan en un 35% la tasa de supervivencia de las nuevas empresas en Colombia durante los primeros cinco años. Este hallazgo reafirma lo observado en Manizales: la capacitación es percibida como un factor decisivo para el éxito, pero persisten limitaciones en el acceso y la pertinencia de los programas ofrecidos.

En Manizales, la percepción sobre la importancia de la formación empresarial coincide con la tendencia nacional: los emprendedores reconocen que capacitarse en temas clave de gestión es esencial para la consolidación de sus negocios. Sin embargo, las barreras para acceder a estos programas reducen el impacto positivo que podrían generar.

Se recomienda avanzar hacia estrategias de formación más accesibles y adaptadas al sector de bares y restaurantes en la ciudad, como:

- Capacitaciones virtuales de corta duración que se adapten a los horarios de los emprendedores.
- Asesoría personalizada en gestión de negocios gastronómicos.
- Alianzas con universidades, Cámara de Comercio y sector privado para ampliar cobertura.
- Programas prácticos y aplicados en temas como administración financiera, marketing digital, experiencia del cliente y sostenibilidad empresarial.

Tabla 7. IMPORTANCIA DE LA CAPACITACIÓN EMPRENDEDORA

Fuente: Elaboración propia con base en resultados obtenidos

Dificultades para competir con otros negocios en el sector de bares y restaurantes

El 62.2% de los encuestados manifestó haber enfrentado dificultades altas para competir con otros negocios del sector, mientras que un 32.4% indicó que los retos han sido de nivel medio. Solo un 5.4% considera que ha tenido pocas barreras para destacarse frente a la competencia.

Estos resultados reflejan que el mercado de bares y restaurantes en Manizales es altamente competitivo, especialmente en zonas de gran concentración como el centro histórico, la Avenida Santander y los sectores aledaños a las universidades. Esta situación obliga a los emprendedores a diseñar estrategias de diferenciación para captar y fidelizar clientes. Entre las principales dificultades se encuentran:

- Falta de innovación en la propuesta de valor.
- Alta densidad de negocios similares en áreas específicas.
- Complejidad en el posicionamiento de marca en un mercado saturado.

Ante este panorama, se hace necesario que los emprendedores implementen estrategias de marketing digital, fortalezcan la calidad del servicio, innoven en sus menús y desarrollen experiencias diferenciadoras, especialmente dirigidas a segmentos clave como el público universitario y los turistas, que representan una parte fundamental del consumo en la ciudad.

La situación de alta competencia en Manizales coincide con lo evidenciado a nivel nacional. Según el Observatorio de Confecámaras (2023), el sector de restaurantes y servicios de comida concentra el mayor número de aperturas de nuevas empresas en Colombia, pero también registra una de las tasas de cierre más altas durante los primeros tres años de operación. Esto se debe, en gran medida, a la saturación del mercado, la falta de diferenciación y los cambios en las dinámicas de consumo.

Por su parte, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MinCIT, 2022) reporta que en las principales ciudades del país, incluido Manizales, los bares y restaurantes enfrentan una competencia marcada por la entrada constante de nuevos actores y por la exigencia de consumidores más informados y con mayor acceso a plataformas de calificación y pedidos digitales.

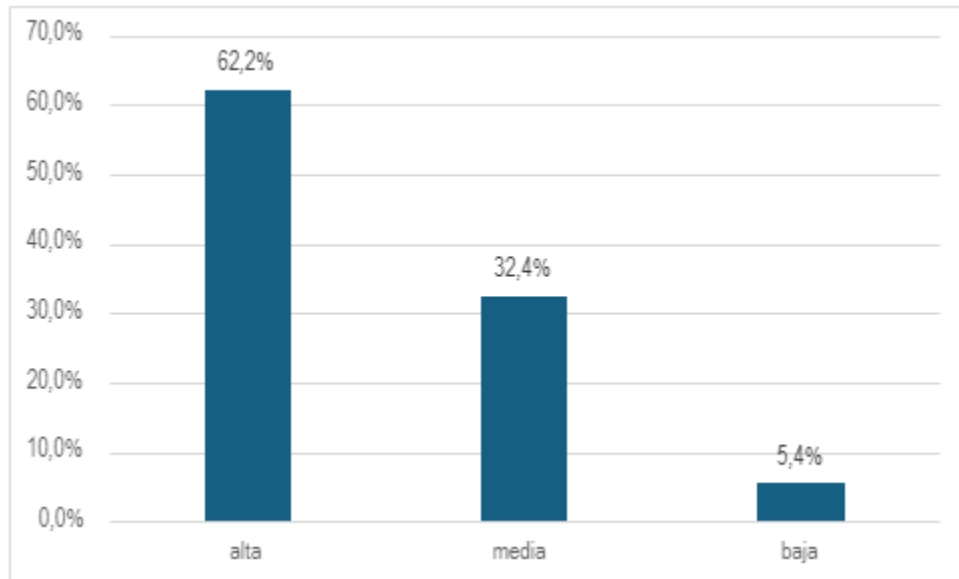
Esto confirma que la competencia en el sector gastronómico no es exclusiva de Manizales, sino que corresponde a una tendencia nacional en la que solo los negocios con propuestas innovadoras y sólidas estrategias de fidelización logran sostenerse en el tiempo.

En Manizales, los emprendedores de bares y restaurantes enfrentan un escenario de alta competitividad, similar al contexto nacional. Para reducir las barreras y destacarse frente a la competencia, resulta clave:

- Apostar por la innovación constante en productos y servicios.
- Desarrollar estrategias digitales de posicionamiento (redes sociales, reseñas, domicilio online).
- Enfocar la propuesta de valor en la experiencia del cliente, un factor cada vez más determinante en la decisión de compra.

- Diseñar ofertas que atiendan de manera diferenciada a estudiantes, turistas y residentes locales.

Tabla 8. DIFICULTAD PARA COMPETIR EN EL SECTOR DE BARES Y RESTAURANTES



Fuente: Elaboración propia con base en resultados obtenidos

7.3. Oportunidades

Importancia de la diferenciación del negocio frente a la competencia

El 83.8% de los encuestados considera que la diferenciación es altamente importante para su negocio, mientras que un 10.8% la califica como medianamente importante y un 5.4% como poco importante.

Estos resultados muestran que los emprendedores de Manizales son conscientes de la necesidad de crear propuestas de valor únicas para atraer clientes en un mercado saturado, donde confluyen públicos diversos: la comunidad universitaria, los habitantes locales y los turistas que llegan a la ciudad.

En este contexto, la diferenciación puede lograrse a través de:

- Innovación en los productos y menús.
- Experiencias personalizadas que fortalezcan la relación con los clientes.
- Tecnología aplicada al servicio, como plataformas de pedidos, sistemas de fidelización o pagos digitales.

Esto permite a los negocios no solo competir, sino también generar un valor agregado que impacta en la sostenibilidad a largo plazo.

A nivel nacional, la importancia de la diferenciación también es evidente. Según el Observatorio de Confecámaras (2023), una de las principales causas de cierre de restaurantes en Colombia es la falta de diferenciación, ya que muchos negocios replican modelos similares y compiten únicamente por precio.

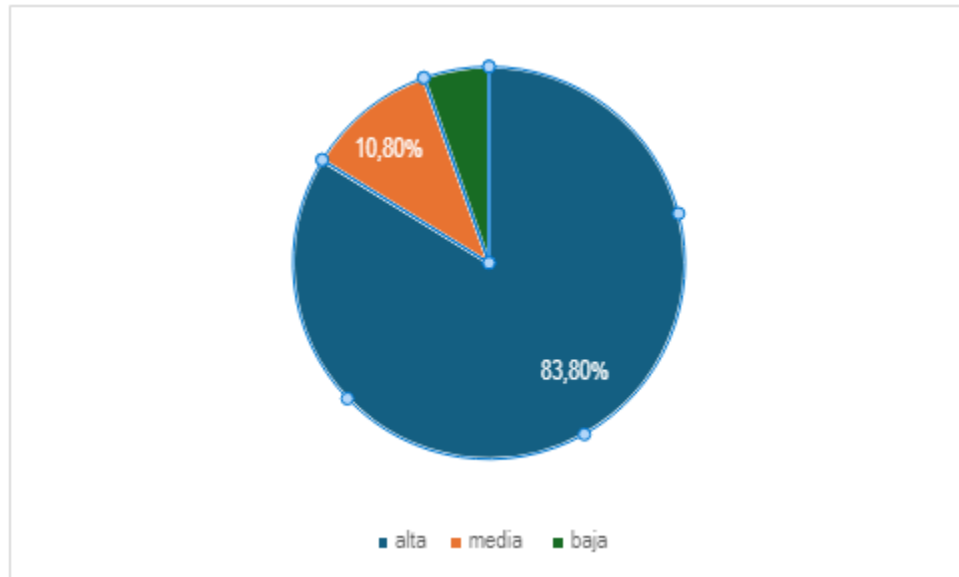
El MinCIT (2022) destaca que los restaurantes que logran mantenerse en el mercado son aquellos que incorporan elementos innovadores en la experiencia del cliente, como conceptos temáticos, propuestas gastronómicas fusión o integración de servicios digitales.

De igual manera, un estudio de ProColombia (2022) sobre tendencias de turismo gastronómico subraya que los visitantes nacionales e internacionales buscan experiencias únicas, lo que refuerza la necesidad de que ciudades como Manizales desarrollen propuestas diferenciadoras alineadas con sus características culturales y sociales.

La diferenciación en el sector gastronómico de Manizales no es solo un factor deseable, sino indispensable para la supervivencia en un mercado competitivo. Tanto los datos locales como

los estudios nacionales coinciden en que los negocios que innovan, personalizan su oferta y aprovechan la tecnología son los que logran mantenerse y crecer.

Tabla 9. IMPORTANCIA DE LA DIFERENCIACIÓN FRENTE A LA COMPETENCIA



Fuente: Elaboración propia con base en resultados obtenidos

Problemas relacionados con las normativas o regulaciones legales en los negocios

En Manizales, el 60% de los jóvenes emprendedores en el sector de bares y restaurantes reporta haber enfrentado dificultades de nivel medio relacionadas con normativas y regulaciones legales. Un 24% señala que estos problemas son frecuentes en su experiencia, mientras que solo un 16% afirma haber tenido pocas complicaciones.

Estos resultados muestran que el marco regulatorio municipal constituye una de las principales barreras para el crecimiento y consolidación de los negocios, en especial para los jóvenes emprendedores que no cuentan con suficiente información sobre los requisitos legales vigentes.

Las mayores dificultades se concentran en:

- Obtención de licencias municipales y permisos de funcionamiento.
- Cumplimiento de normas sanitarias y de salubridad específicas en Manizales.
- Obligaciones fiscales y trámites tributarios locales.

La carga administrativa y los costos asociados a la regulación pueden frenar la formalización de negocios o retrasar sus procesos de expansión.

La situación en Manizales guarda similitudes con el panorama nacional. Según la OCDE (2022), Colombia mantiene un marco regulatorio complejo que impacta con mayor fuerza a las pequeñas y medianas empresas, dado que los trámites legales y fiscales requieren altos costos de tiempo y dinero.

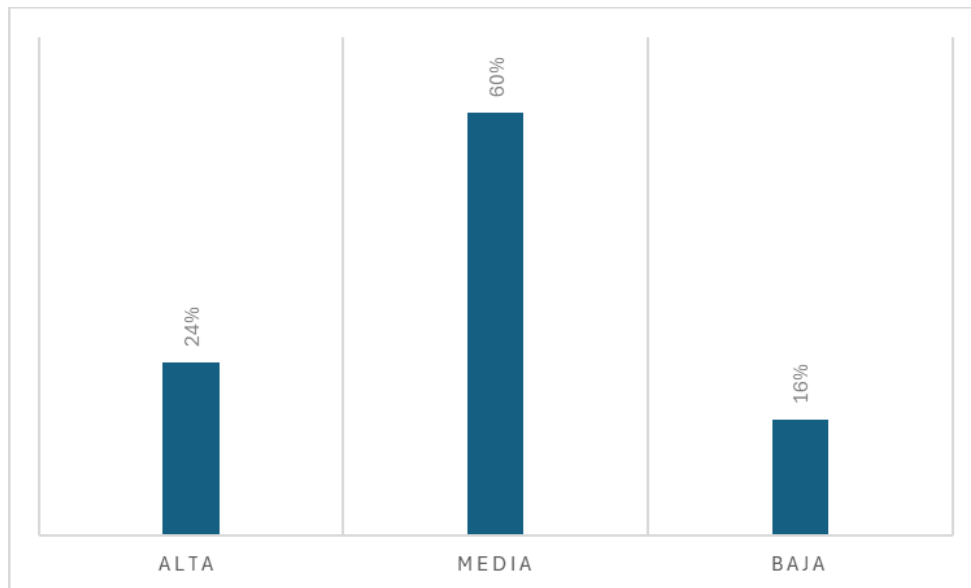
Por su parte, el informe del Banco Mundial (2020) sobre facilidad para hacer negocios señala que, si bien Colombia ha mejorado en simplificación de trámites, los sectores de alimentos y bebidas aún enfrentan cargas adicionales por requisitos sanitarios y permisos municipales.

En el caso particular del sector gastronómico, la ANDI (2021) indica que la informalidad se relaciona directamente con la excesiva complejidad de la regulación y la falta de programas de acompañamiento legal accesibles para los emprendedores.

En Manizales, el cumplimiento regulatorio es percibido como un reto crítico, especialmente por los jóvenes emprendedores. Esta percepción coincide con el panorama nacional, donde la excesiva carga normativa es un factor que limita la formalización y la competitividad en el sector gastronómico.

Frente a esto, se recomienda en Manizales:

- Ampliar los programas de asesoría legal desde la Cámara de Comercio y universidades.
- Promover la simplificación de trámites municipales.
- Crear ventanillas únicas digitales para emprendedores del sector gastronómico.

Tabla 10. PROBLEMAS RELACIONADOS CON LAS NORMATIVAS

Fuente: Elaboración propia con base en resultados obtenidos

Importancia de la adopción de tecnología para el crecimiento del emprendimiento

En Manizales, el 92% de los jóvenes emprendedores del sector de bares y restaurantes considera que la adopción de tecnologías es fundamental para el desarrollo de sus negocios. Un 5% la percibe como medianamente importante, mientras que solo un 3% le otorga poca relevancia.

Estos resultados evidencian que la mayoría de los emprendedores reconoce el papel positivo que la tecnología tiene en:

- Eficiencia operativa: uso de software para la administración de inventarios, finanzas y nómina.
- Gestión de clientes: programas de fidelización, sistemas de reservas en línea y pedidos digitales adaptados al entorno local.
- Rentabilidad y competitividad: estrategias de marketing digital y posicionamiento en redes sociales que conectan con la comunidad universitaria, turística y local de Manizales.

En este sentido, se sugiere que las instituciones públicas y privadas de la ciudad fortalezcan los programas de capacitación en digitalización y adopción tecnológica, dirigidos específicamente a los jóvenes emprendedores del sector gastronómico.

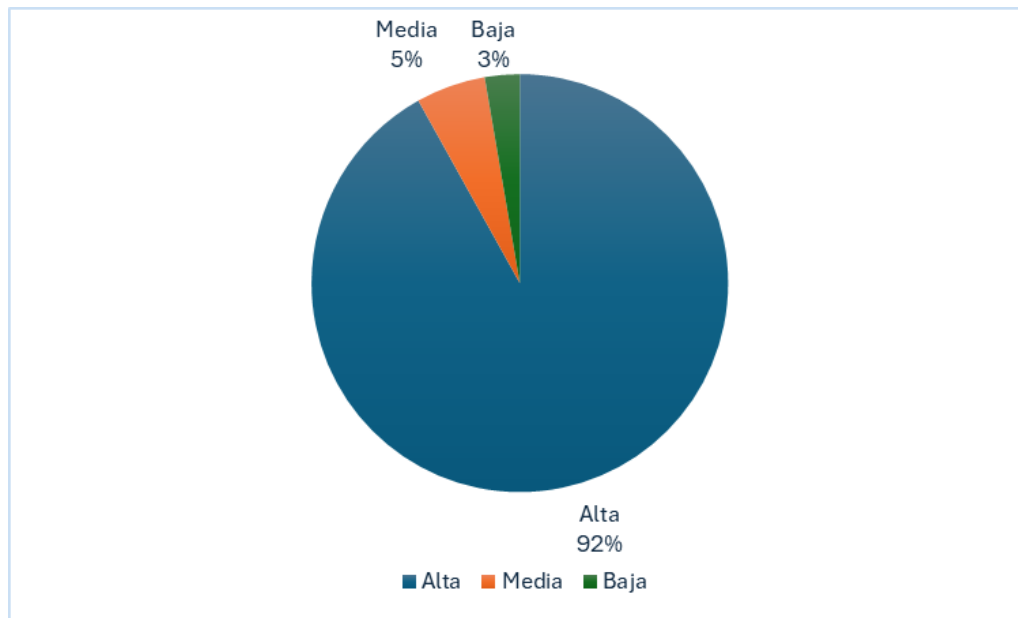
A nivel nacional, la Confederación Colombiana de Cámaras de Comercio (Confecámaras, 2021) señala que los negocios que integran soluciones tecnológicas en su gestión aumentan sus probabilidades de supervivencia en un 35% frente a los que no lo hacen.

Asimismo, la ANDI (2021) identifica que el sector gastronómico en Colombia se ha transformado con mayor rapidez en ciudades intermedias como Manizales, gracias al auge de aplicaciones de domicilios y plataformas digitales, aunque persiste una brecha de capacitación en el uso efectivo de estas herramientas.

Por otro lado, el Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicaciones – MinTIC (2022) destaca que los programas de transformación digital son claves para que las pequeñas y medianas empresas logren consolidar procesos más ágiles y competitivos en mercados locales.

La percepción en Manizales sobre la relevancia de la tecnología es consistente con la tendencia nacional: los emprendedores que se digitalizan fortalecen su competitividad y resiliencia. Sin embargo, el desafío local radica en garantizar la accesibilidad y formación en herramientas tecnológicas para todos los emprendedores del sector, evitando que solo algunos se beneficien de estas oportunidades.

Tabla 11. ADOPCIÓN DE TECNOLOGÍA PARA EL CRECIMIENTO DEL EMPRENDIMIENTO



Fuente: Elaboración propia con base en resultados obtenidos

Importancia de la publicidad y el marketing digital para atraer clientes

En Manizales, el 94,6% de los jóvenes emprendedores del sector de bares y restaurantes considera que la publicidad y el marketing digital son fundamentales para atraer clientes a sus negocios, mientras que un 5,4% los califica como medianamente importantes. Ninguno de los encuestados percibe este factor como de baja relevancia.

Estos resultados muestran que los emprendedores manizaleños reconocen el papel crucial que cumplen las estrategias digitales para la captación y fidelización de clientes. En un mercado local cada vez más competitivo, las herramientas de marketing digital representan ventajas en aspectos como:

- Mayor visibilidad a través de redes sociales como Instagram, Facebook y TikTok.
- Publicidad pagada y segmentación en plataformas digitales que permite llegar a públicos específicos (universitarios, turistas, residentes locales).

- Automatización de marketing para mejorar la comunicación con clientes frecuentes y optimizar la experiencia del consumidor.

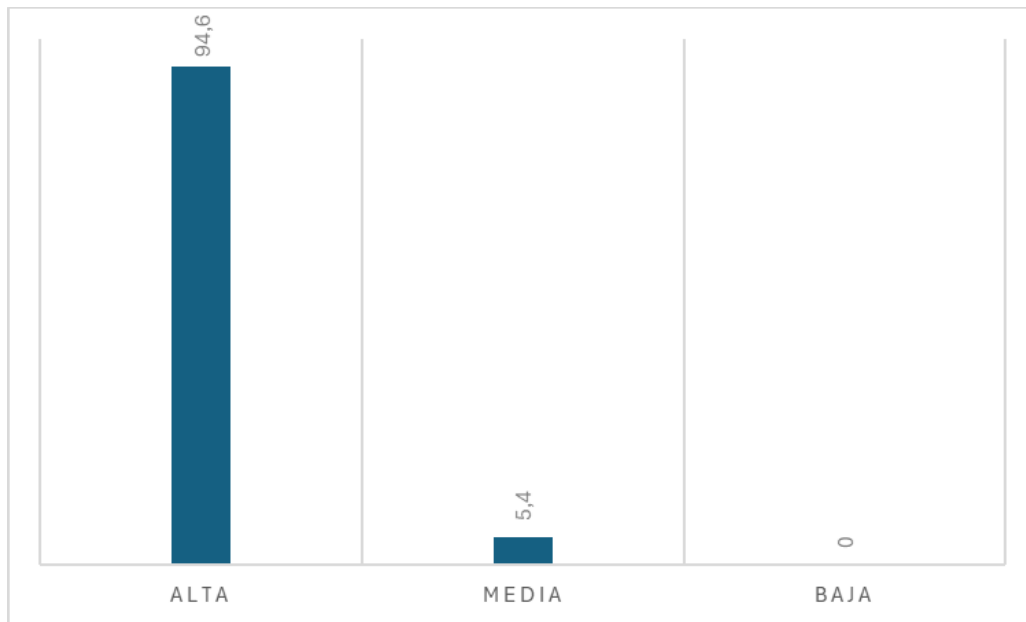
En este contexto, se recomienda que los emprendedores inviertan en capacitación en marketing digital y destinen recursos a fortalecer su presencia en línea, dado que esto puede marcar la diferencia en la rentabilidad y sostenibilidad de sus negocios en la ciudad.

A nivel nacional, estudios de IAB Colombia (2022) indican que la inversión en publicidad digital creció un 40% en el país, consolidándose como el canal de mayor retorno para las pymes del sector gastronómico.

Por su parte, Confecámaras (2021) resalta que los negocios que logran integrar estrategias digitales tienen un 25% más de probabilidad de aumentar sus ventas en comparación con aquellos que dependen solo del marketing tradicional.

De igual forma, la ANDI (2021) enfatiza que la transformación digital del sector de restaurantes y bares está ligada directamente al uso de redes sociales y plataformas de domicilios, que hoy representan uno de los principales canales de interacción con los clientes.

El alto porcentaje de emprendedores en Manizales que valoran el marketing digital está alineado con la tendencia nacional, donde la digitalización del mercadeo es una condición indispensable para la competitividad. La clave está en facilitar que los jóvenes emprendedores accedan a formación especializada y herramientas de bajo costo, que les permitan mejorar su posicionamiento en un mercado local saturado y altamente dinámico.

Tabla 12. MARKETING DIGITAL PARA ATRAER CLIENTES

Fuente: Elaboración propia con base en resultados obtenidos

Importancia de las alianzas con proveedores locales para el éxito de los negocios

En Manizales, el 86,5% de los jóvenes emprendedores del sector de bares y restaurantes considera que establecer alianzas con proveedores locales es fundamental para el éxito de sus negocios, mientras que un 13,5% lo califica como medianamente importante. Ninguno de los encuestados percibe este aspecto como poco relevante.

Estos resultados reflejan que los emprendedores manizaleños reconocen la importancia de fortalecer los vínculos con la economía regional, ya que trabajar con proveedores locales aporta beneficios como:

- Garantía de frescura y calidad en los insumos, particularmente en productos perecederos.
- Reducción de costos logísticos gracias a la cercanía geográfica.
- Apoyo a la economía local, contribuyendo al desarrollo del tejido empresarial de Manizales y Caldas.
- Mayor flexibilidad y confianza en las relaciones comerciales, al tratarse de redes cercanas.

Se recomienda fomentar la creación de redes de colaboración entre emprendedores y proveedores en la ciudad, aprovechando espacios como ferias empresariales, programas de la Cámara de Comercio de Manizales por Caldas y alianzas con asociaciones de productores locales.

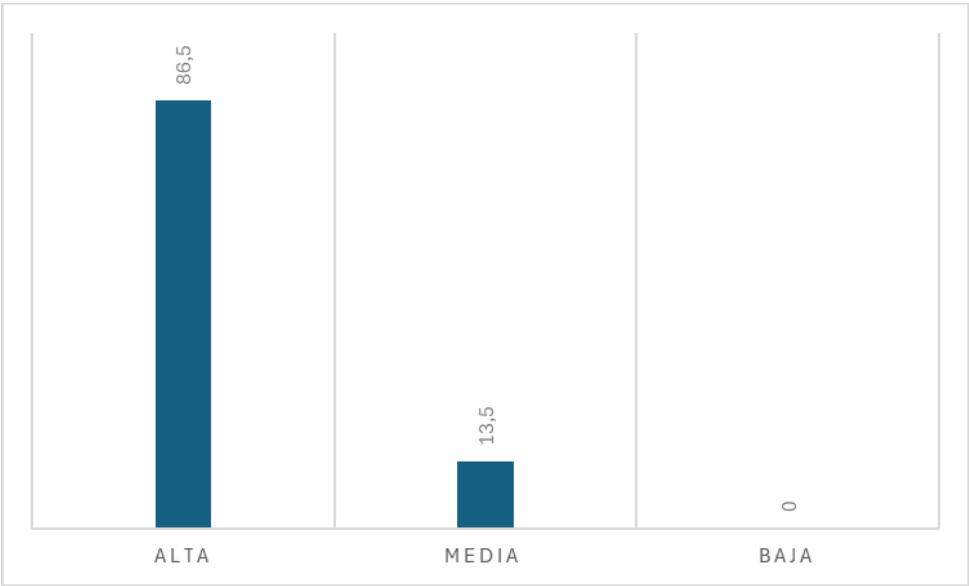
A nivel nacional, la FAO (2020) ha resaltado que las alianzas entre restaurantes y productores locales son esenciales para garantizar cadenas de suministro sostenibles y promover circuitos cortos de comercialización.

Asimismo, un informe de Confecámaras (2022) evidencia que las micro y pequeñas empresas que consolidan relaciones con proveedores locales logran mejorar hasta en un 30% sus niveles de eficiencia operativa y aumentan su capacidad de respuesta frente a la competencia.

Finalmente, la ANDI (2021) enfatiza que fortalecer la compra local no solo incrementa la competitividad de los negocios gastronómicos, sino que también impulsa la sostenibilidad del sector al reducir la huella ambiental derivada del transporte de insumos desde regiones lejanas.

Los resultados de Manizales coinciden con las tendencias nacionales, donde la integración de cadenas productivas locales es considerada un pilar estratégico para el crecimiento de bares y restaurantes. Esto no solo mejora la rentabilidad y diferenciación, sino que también genera un impacto positivo en la economía regional y el desarrollo sostenible.

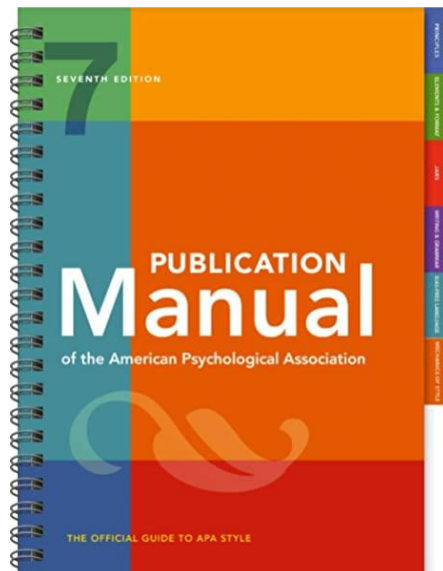
Tabla 13. IMPORTANCIA DE LAS ALIANZAS CON PROVEEDORES.



Fuente: Elaboración propia con base en resultados obtenidos

Figura 1

Portada Normas APA séptima edición 2020 en inglés



Nota. Fuente <https://tinyurl.com/bdfckpvc> (American Psychological Association, 2020).

Figura 2

Logo Universidad de Manizales



Nota. Fuente <https://umanizales.edu.co/>

8. Discusión

La discusión acerca del emprendimiento juvenil en el sector de bares y restaurantes en Manizales resulta fundamental para entender los desafíos y oportunidades que enfrentan los jóvenes emprendedores en esta ciudad. A través de un análisis detallado de la encuesta aplicada, se exploran las percepciones de los jóvenes emprendedores en relación con las barreras y oportunidades mencionadas en el marco teórico del proyecto de investigación. La alineación de los resultados con la teoría permite validar los hallazgos y destacar tendencias clave en el ecosistema emprendedor local (Henderson y Robertson, 1999; Blanchflower y Oswald, 1998; Timmons, 1999).

Uno de los principales puntos discutidos en el marco teórico es el obstáculo financiero. La falta de acceso a financiamiento adecuado es un problema recurrente en la literatura sobre emprendimiento juvenil y ha sido identificado como una de las principales barreras para el crecimiento empresarial (Timmons, 1999; Blanchflower y Oswald, 1998; Rasheed, 2000). Los resultados de la encuesta corroboran esta teoría, ya que el 62.5% de los encuestados reporta enfrentar dificultades significativas para obtener financiamiento para sus negocios. Este hallazgo refleja la importancia de desarrollar políticas que faciliten el acceso a crédito para emprendedores jóvenes, dado que el respaldo financiero es fundamental para cubrir costos iniciales y promover la sostenibilidad de los negocios (Audretsch y Thurik, 2004; Kuratko, 2016; Hisrich, Peters y Shepherd, 2008).

Además, también se menciona que la competencia intensa es otro reto al que se enfrentan los jóvenes en este sector. Hisrich, Peters & Shepherd (2008) argumentan que el emprendimiento juvenil en sectores competitivos como bares y restaurantes exige innovación y diferenciación para poder captar una base de clientes estable. Esta idea es apoyada por el 54.2% de los encuestados, quienes reportan dificultades altas para competir. En un mercado con alta concentración de negocios similares, los emprendedores deben buscar estrategias innovadoras para diferenciarse, lo que refuerza la importancia de herramientas de marketing, calidad del servicio y personalización de la oferta (Lafuente, Vaillant y Gómez, 2007; Wilson, Marlino y Kickul, 2007; Guerrero et al., 2021).

La capacitación en emprendimiento también es un tema relevante en el análisis. Estudios previos (Henderson y Robertson, 1999), (Montes y Siga, 2009), y (Kuratko, 2016) sugieren que la formación en habilidades empresariales es crucial para el desarrollo de competencias gerenciales y administrativas. En la encuesta, el 83.3% de los encuestados considera la capacitación como muy importante para el éxito de sus emprendimientos. Esta coincidencia entre teoría y práctica sugiere que los programas de capacitación son efectivos en proporcionar habilidades emprendedoras. Sin embargo, el acceso a estos programas sigue siendo un desafío para algunos jóvenes, lo que destaca la necesidad de ampliar la cobertura de formación en emprendimiento para mejorar la preparación de los emprendedores (Fairlie, 2002; Rasheed, 2000; Audretsch y Thurik, 2004).

Otro aspecto abordado en el marco teórico es la importancia de las normativas y regulaciones. (Blanchflower y Meyer, 1994) sostienen que el cumplimiento de normas legales y reglamentaciones puede representar una barrera importante para los jóvenes emprendedores, particularmente aquellos con experiencia limitada en la gestión de negocios. En la encuesta, un 45.8% de los participantes reporta problemas frecuentes con las normativas. Este dato refleja cómo la falta de conocimiento sobre regulaciones afecta los emprendimientos juveniles. La burocracia y los costos asociados con el cumplimiento de normativas pueden desincentivar el emprendimiento o generar dificultades operativas que afectan la estabilidad del negocio (Turker y Selcuk, 2008; Henderson y Robertson, 1999; Guerrero et al., 2021).

La adopción de tecnología y el uso de marketing digital se destacan como oportunidades clave para los emprendedores. La literatura sugiere que la tecnología puede facilitar la gestión empresarial y mejorar la visibilidad de los negocios en un entorno digital cada vez más relevante (Lafuente, Vaillant y Gómez, 2007; OECD, 2017; Kuratko, 2016). En la encuesta, el 91.7% de los encuestados valora altamente el marketing digital como una herramienta para atraer clientes, lo que subraya el papel crucial de las redes sociales. El uso de estrategias de publicidad digital permite a los emprendedores alcanzar un mayor público y mejorar la fidelización de los clientes a través de la interacción en plataformas digitales (Blanchflower y Oswald, 1998; Timmons, 1999; Hisrich, Peters y Shepherd, 2008).

En cuanto a las alianzas estratégicas y redes de apoyo, el marco teórico destaca la importancia de contar con un sistema de apoyo sólido que incluya tanto a proveedores locales como

a instituciones de financiamiento y asesoría. El 79.2% de los encuestados señala que las alianzas con proveedores locales son cruciales para el éxito de sus negocios, lo cual coincide con la teoría y refuerza la idea de que los jóvenes emprendedores dependen de estas relaciones para superar las limitaciones de recursos (Guerrero et al., 2021; Montes y Siga, 2009; Audretsch y Thurik, 2004). Las redes de colaboración permiten mejorar la eficiencia operativa, optimizar costos y ofrecer un producto diferenciado que responda a las expectativas del mercado.

Es así que, los resultados de la encuesta muestran una fuerte correlación con los planteamientos del marco teórico en la mayoría de los factores analizados. La falta de financiamiento, la competencia, las barreras normativas, y la necesidad de capacitación y apoyo institucional son desafíos claramente identificados tanto en la teoría como en la práctica. Asimismo, la adopción de tecnología y el marketing digital emergen como oportunidades que los jóvenes reconocen y utilizan activamente. La convergencia entre los hallazgos empíricos y teóricos refuerza la importancia de generar estrategias que promuevan el acceso a financiamiento, formación y redes de apoyo, elementos esenciales para fortalecer el ecosistema emprendedor en Manizales (Timmons, 1999; OECD, 2017; Kuratko, 2016).

9. Conclusiones

El análisis entre la teoría y los datos empíricos obtenidos revela que los jóvenes emprendedores en Manizales enfrentan desafíos significativos en el sector de bares y restaurantes, pero también reconocen y aprovechan diversas oportunidades para mitigar estos obstáculos. Los resultados obtenidos en la encuesta confirman que la falta de acceso a financiamiento, la competencia intensa y las barreras normativas son aspectos críticos que afectan la sostenibilidad de los negocios juveniles. Sin embargo, al identificar estos factores y comprender sus implicaciones, es posible diseñar estrategias que favorezcan el desarrollo y consolidación de los emprendimientos en este sector.

Uno de los hallazgos más relevantes del estudio es el impacto del acceso a financiamiento en la viabilidad de los negocios jóvenes. La mayoría de los encuestados señaló que enfrentar dificultades para obtener capital inicial y mantener flujo de caja representa un obstáculo significativo para la estabilidad de sus emprendimientos. Esto coincide con estudios previos que destacan la necesidad de esquemas de financiamiento más accesibles y adaptados a la realidad de los jóvenes emprendedores, quienes, en su mayoría, no cuentan con historial crediticio sólido o garantías para respaldar préstamos tradicionales. El desarrollo de alternativas como fondos de inversión específicos para jóvenes emprendedores, microcréditos con tasas preferenciales y programas de financiamiento respaldados por entidades gubernamentales o privadas puede contribuir significativamente a la reducción de esta barrera.

Por otro lado, la competencia intensa dentro del sector de bares y restaurantes se manifiesta como una preocupación central para los emprendedores en Manizales. El alto número de establecimientos y la lucha constante por captar y retener clientes hacen que la diferenciación y la innovación sean esenciales para la sostenibilidad de los negocios. La encuesta reflejó que una parte significativa de los emprendedores considera que la falta de estrategias de diferenciación dificulta su permanencia en el mercado. Ante esta realidad, la incorporación de propuestas de valor únicas, experiencias gastronómicas innovadoras, y el uso de estrategias de fidelización de clientes son aspectos clave para que los emprendedores puedan destacar en un mercado saturado.

En este sentido, la capacitación empresarial juega un papel fundamental en el éxito de los jóvenes emprendedores. La investigación evidenció que la formación en habilidades de gestión, mercadeo y administración es percibida como un elemento determinante para mejorar la

competitividad de los negocios. La oferta de programas educativos adaptados a las necesidades de los emprendedores del sector puede facilitar el desarrollo de conocimientos en áreas clave como gestión financiera, estrategias de comercialización y atención al cliente. Asimismo, el fortalecimiento de redes de mentoría y el acceso a asesoría especializada pueden proporcionar a los emprendedores herramientas valiosas para optimizar sus negocios y tomar decisiones estratégicas acertadas.

Otro elemento que destaca en los resultados del estudio es el papel de la tecnología y el marketing digital en la consolidación de los emprendimientos. La mayoría de los encuestados resaltó la importancia de utilizar plataformas digitales para promocionar sus negocios y atraer clientes. La digitalización del sector ha permitido que los emprendimientos puedan llegar a audiencias más amplias y segmentadas, aprovechando redes sociales, aplicaciones de entrega a domicilio y estrategias de publicidad en línea. Además, el uso de software de gestión administrativa y herramientas de automatización permite optimizar los procesos internos, mejorando la eficiencia operativa de los negocios.

Desde una perspectiva regulatoria, la investigación confirmó que las normativas y trámites administrativos representan una barrera significativa para los jóvenes emprendedores. Las dificultades en la obtención de permisos, el cumplimiento de requisitos sanitarios y fiscales, así como la burocracia en los procesos de formalización de negocios, generan complicaciones que pueden retrasar o desmotivar la apertura de nuevos emprendimientos. Es fundamental que las entidades gubernamentales trabajen en la simplificación de estos trámites y en la generación de programas de acompañamiento que faciliten la regularización de los negocios, garantizando un marco normativo accesible y eficiente para los jóvenes emprendedores.

Otro aspecto clave identificado en el estudio es la relevancia de las redes de apoyo y las alianzas estratégicas dentro del ecosistema emprendedor. Los resultados evidenciaron que los emprendedores consideran que las colaboraciones con proveedores locales y otros actores del sector son fundamentales para garantizar la sostenibilidad de sus negocios. La generación de redes de cooperación permite optimizar costos, mejorar la calidad del servicio y fomentar la innovación mediante el intercambio de conocimientos y experiencias. Programas de incubación de negocios, espacios de coworking y asociaciones de emprendedores pueden contribuir a fortalecer estas redes de apoyo, creando un entorno más propicio para el desarrollo empresarial.

A partir de los hallazgos de este estudio, se pueden plantear diversas recomendaciones para mejorar las condiciones del emprendimiento juvenil en Manizales. En primer lugar, se sugiere la implementación de políticas de financiamiento más inclusivas que permitan a los jóvenes acceder a capital sin las restricciones que presentan los créditos tradicionales. Además, es necesario ampliar la oferta de programas de capacitación y mentoría que aborden las necesidades específicas de los emprendedores del sector gastronómico. Asimismo, se recomienda la creación de plataformas digitales y espacios físicos que fomenten la colaboración entre emprendedores, proveedores y entidades de apoyo.

Por otra parte, la promoción del uso de tecnología y marketing digital debe ser un eje central en las estrategias de fortalecimiento del sector. Incentivar la digitalización de los negocios mediante capacitaciones en comercio electrónico, publicidad en redes sociales y herramientas de gestión digital puede contribuir significativamente a mejorar la competitividad y sostenibilidad de los emprendimientos. También es importante que los emprendedores reciban formación en estrategias de innovación y diferenciación que les permitan generar propuestas de valor atractivas y alineadas con las tendencias del mercado.

El análisis comparativo entre el marco teórico y los datos empíricos recopilados a través de la encuesta permite evidenciar que los jóvenes emprendedores en la ciudad de Manizales enfrentan múltiples desafíos al incursionar en el sector de bares y restaurantes. Entre las principales barreras identificadas se destacan la limitada disponibilidad de financiamiento, la alta competitividad del mercado y las exigencias normativas y administrativas, aspectos que inciden directamente en la viabilidad y sostenibilidad de sus emprendimientos.

No obstante, los resultados también muestran que, a pesar de estas dificultades, los jóvenes son capaces de identificar y aprovechar oportunidades estratégicas para hacer frente a los obstáculos. En particular, la investigación resalta la relevancia de la capacitación empresarial y del marketing digital como herramientas clave que potencian sus capacidades y mejoran su posicionamiento en el mercado. La incorporación de tecnologías y el uso de plataformas digitales no solo permiten ampliar su alcance comercial, sino que también fortalecen su competitividad en un entorno dinámico y en constante evolución.

Con base en estos hallazgos, se propone una serie de recomendaciones que podrían contribuir al fortalecimiento del ecosistema emprendedor juvenil en la ciudad. En primer lugar, se

sugiere el diseño e implementación de programas de formación y acompañamiento técnico enfocados en las necesidades específicas de los jóvenes emprendedores del sector gastronómico. En segundo lugar, se considera fundamental la creación de líneas de financiamiento flexibles y accesibles, especialmente dirigidas a este grupo, que les permitan cubrir los costos iniciales y sostener sus operaciones durante las primeras etapas del negocio.

Asimismo, se plantea la necesidad de simplificar los trámites y requisitos normativos locales, facilitando así la legalización y formalización de nuevos emprendimientos. Finalmente, la promoción de redes de colaboración entre emprendedores, proveedores y aliados estratégicos es vista como un recurso valioso para compartir experiencias, reducir costos y generar sinergias que fortalezcan el tejido empresarial local.

En síntesis, esta investigación demuestra que, aunque los jóvenes emprendedores del sector de bares y restaurantes en Manizales enfrentan retos similares a los documentados en estudios previos sobre emprendimiento juvenil, también cuentan con recursos, herramientas y capacidades que les permiten sortear estas barreras. El uso estratégico de la tecnología, el acceso a formación pertinente y la construcción de redes de apoyo sólidas se perfilan como factores determinantes para consolidar un entorno más favorable al emprendimiento joven en la ciudad.

10. Propuesta

A partir de los resultados obtenidos en esta investigación, se evidencia que muchos emprendedores en Manizales, especialmente del sector de bares y restaurantes, cuentan con ideas innovadoras y propuestas de valor atractivas, pero se enfrentan a grandes limitaciones en el manejo administrativo de sus negocios. Problemas en áreas como las finanzas, la gestión del mercado, la planeación estratégica y el liderazgo hacen que muchos proyectos no logren consolidarse a largo plazo.

Por esta razón, se plantea como propuesta la creación de un **Simulador Empresarial en Manizales**, un espacio formativo donde los emprendedores puedan adquirir habilidades administrativas a través de la práctica y el aprendizaje experiencial. Este simulador funcionaría como una plataforma dinámica en la que los participantes asumen la dirección de una empresa ficticia y deben tomar decisiones en aspectos claves como:

- Manejo del flujo de caja y costos.
- Estrategias de marketing y posicionamiento.
- Negociación con proveedores y manejo de inventarios.
- Liderazgo de equipos y toma de decisiones en momentos de crisis.

El objetivo es que los emprendedores experimenten las consecuencias reales de sus decisiones en un entorno seguro, sin arriesgar sus propios recursos, y puedan reflexionar sobre los errores cometidos para fortalecer su criterio administrativo.

La implementación de este simulador podría llevarse a cabo en alianza con instituciones locales como la Cámara de Comercio de Manizales por Caldas, el SENA y las universidades de la ciudad, que cuentan con facultades de administración, economía e ingeniería capaces de apoyar en el diseño y operación de la plataforma. Además, se podrían desarrollar versiones presenciales y virtuales, con el fin de ampliar el acceso a diferentes tipos de emprendedores.

De esta manera, se contribuiría a cerrar la brecha entre la creatividad emprendedora y la capacidad de gestión, ofreciendo una herramienta innovadora y pionera en la ciudad que

fortalecería el ecosistema emprendedor y aumentaría las probabilidades de sostenibilidad y éxito de los negocios en Manizales.

Referencias

- Acs, Z. J., & Audretsch, D. B. (2003). Innovation and technological change. En Z. J. Acs & D. B. Audretsch (Eds.), *Handbook of entrepreneurship research* (pp. 55–79). Springer.
- Aidis, R., Estrin, S., & Mickiewicz, T. (2008). Institutions and entrepreneurship development in Russia: A comparative perspective. *Journal of Business Venturing*, 23(6), 656–672.
- Audretsch, D. B., & Thurik, A. R. (2004). A model of the entrepreneurial economy. *International Journal of Entrepreneurship Education*, 2(2), 143–166.
- Banco Mundial. (2020). *Doing Business 2020: Comparando la regulación empresarial en 190 economías*. Banco Mundial. <https://www.worldbank.org>
- Bancóldex. (2023). *Financiamiento para emprendedores en Colombia*. Bancóldex. <https://www.bancoldex.com>
- Bancolombia. (2020). *Informe de sostenibilidad 2020*. <https://www.bancolombia.com>
- Baumol, W. J. (1990). Entrepreneurship: Productive, unproductive, and destructive. *Journal of Political Economy*, 98(5), 893–921.
- Blanchflower, D. G., & Meyer, B. D. (1994). A longitudinal analysis of the young self-employed in Australia and the United States. *Small Business Economics*, 6(1), 1–19.
- Blanchflower, D. G., & Oswald, A. J. (1990). What makes an entrepreneur? Evidence on inheritance and capital constraints. NBER Working Paper No. 3252.
- Blanchflower, D. G., & Oswald, A. J. (1998). What makes an entrepreneur? *Journal of Labor Economics*, 16(1), 26–60.
- Bruton, G., Ahlstrom, D., & Li, H. (2010). Institutional theory and entrepreneurship: Where are we now and where do we need to move in the future? *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34(3), 421–440.

- Bygrave, W. D., & Zacharakis, A. (2009). *The portable MBA in entrepreneurship* (4^a ed.). Wiley.
- Cámara de Comercio de Manizales por Caldas (CCMPC). (2023). *Informe de gestión 2023*. <https://ccmpc.org.co>
- Cámara de Comercio de Manizales por Caldas. (2023). *Programas de apoyo empresarial para emprendedores*. Cámara de Comercio de Manizales. <https://www.ccmpc.org.co>
- Capaldo, G. (1997). *La cultura emprendedora en las organizaciones*. Madrid: McGraw-Hill.
- Chigunta, F. (2002). *Youth entrepreneurship: Meeting the key policy challenges*. Education Development Center.
- Confecámaras. (2022, noviembre 18). *Realidad de los jóvenes emprendedores en Colombia*. Descifrado. <https://www.descifrado.com/2022/11/18/realidad-de-los-jovenes-emprendedores-en-colombia/>
- Covin, J. G., & Slevin, D. P. (1991). A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(1), 7–25.
- DANE. (2022). *Encuesta Nacional de Empleo Joven 2022*. Departamento Administrativo Nacional de Estadística. <https://www.dane.gov.co>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE]. (2023). *Boletín técnico: mercado laboral por ramas de actividad económica*. DANE. <https://www.dane.gov.co>
- Díaz, S., & Cancino, C. (2012). *Emprendimiento en jóvenes universitarios: factores de éxito y fracaso*. *Revista Innovar*, 22(46), 67–80.
- Drucker, P. F. (1985). *Innovation and entrepreneurship: Practice and principles*. New York: Harper & Row.
- Espí, A., López, J., & Martínez, R. (2007). *Emprendimiento y desarrollo económico*. Barcelona: Ediciones Deusto.
- Fairlie, R. W. (2002). *Race and entrepreneurial success*. Cambridge, MA: MIT Press.

- Fayolle, A., & Gailly, B. (2015). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial attitudes and intention: Hysteresis and persistence. *Journal of Small Business Management*, 53(1), 75–93.
- García García, M., & Miranda Jaramillo, J. (2023). *Innovación y emprendimiento en Colombia*. Bogotá: Universidad del Rosario.
- Gartner, W. B. (1988). “Who is an entrepreneur?” is the wrong question. *American Journal of Small Business*, 12(4), 11–32.
- Gibb, A. A. (1993). Enterprise culture and education. *International Small Business Journal*, 11(3), 11–34.
- Gibb, A., & Ritchie, J. (1982). Understanding the process of starting small businesses. *European Small Business Journal*, 1(1), 26–45.
- Global Entrepreneurship Monitor – GEM. (2023). *GEM Colombia 2022/2023: Reporte Nacional de Emprendimiento*. Universidad Icesi & GEM Global. <https://gemconsortium.org>
- Gnyawali, D. R., & Fogel, D. S. (1994). Environments for entrepreneurship development: Key dimensions and research implications. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(4), 43–62.
- Guerrero, M., Urbano, D., Fayolle, A., Klofsten, M., & Mian, S. (2016). Entrepreneurial universities: Emerging models. *Small Business Economics*, 47(3), 551–563.
- Harrison, R. T., & Mason, C. M. (2000). Corporate venturing in the United Kingdom: An overview. *Journal of Business Venturing*, 15(5–6), 387–407.
- Henderson, R., & Robertson, M. (1999). Who wants to be an entrepreneur? Education + Training, 41(5), 236–245.
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2008). *Entrepreneurship* (7^a ed.). Boston: McGraw-Hill.

- IAB Colombia. (2022). Estudio de inversión en publicidad digital en Colombia. IAB. <https://www.iabcolombia.com>
- iNNpuls Colombia. (2023). Informe de resultados de programas de emprendimiento e innovación en Colombia. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. <https://innpulsacolombia.com>
- Krueger, N. F., & Brazeal, D. V. (1994). Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(3), 91–104.
- Kuratko, D. F. (2016). *Entrepreneurship: Theory, process, practice* (10ª ed.). Boston: Cengage Learning.
- Lafuente, E., Vaillant, Y., & Gómez, I. (2007). Role models in rural Catalonia. *International Entrepreneurship Journal*, 3(4), 515–528.
- Latinpyme. (2023, junio 8). Jóvenes, al ritmo de la noche: restaurantes y bares impulsan la empleabilidad juvenil en Colombia. Latinpyme. <https://www.latinpyme.com/jovenes-al-ritmo-de-la-noche-restaurantes-y-bares-impulsan-la-empleabilidad-juvenil-en-colombia/>
- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review*, 21(1), 135–172.
- McClelland, D. C. (1961). *The achieving society*. Princeton: Van Nostrand.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo – MinCIT. (2022). Informe de competitividad del sector turismo y gastronomía en Colombia. MinCIT. <https://www.mincit.gov.co>
- Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicaciones – MinTIC. (2022). Transformación digital empresarial en Colombia. MinTIC. <https://www.mintic.gov.co>
- Minniti, M., & Lévesque, M. (2008). Recent developments in the economics of entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 23(6), 603–612.
- Montes, F., & Siga, L. (2009). *Emprendimiento juvenil en América Latina*. Lima: Congreso del Perú.

- Mora Pacheco, J., Rodríguez, L., & Sánchez, P. (2019). Educación emprendedora en Colombia. Medellín: Universidad de Antioquia.
- North, D. C. (1993). Institutions, institutional change and economic performance. Cambridge University Press.
- OECD. (2017). Entrepreneurship at a Glance 2017. París: OECD Publishing.
- Olawale, F. (2010). Obstacles to the growth of new SMEs. *African Journal of Business Management*, 4(5), 729–738.
- Open Mas. (2024). Informe de tendencias empresariales 2024. <https://www.openmas.com>
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura – FAO. (2020). Cadenas de valor sostenibles y circuitos cortos de comercialización en América Latina. FAO. <http://www.fao.org>
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos – OCDE. (2022). Estudio Económico de Colombia 2022. OECD Publishing. <https://www.oecd.org>
- Portafolio. (2023, junio 9). Jóvenes están encontrando empleo en el sector de entretenimiento en Colombia. Portafolio. <https://www.portafolio.co/economia/empleo/jovenes-estan-encontrando-empleo-en-el-sector-de-entretenimiento-en-colombia-629135>
- Rasheed, H. S. (2000). Developing entrepreneurial characteristics. *International Journal of Entrepreneurship Education*, 1(1), 1–20.
- RECON Colombia. (2023, mayo 10). El 72% de los jóvenes considera que es muy difícil emprender en Colombia, según encuesta. RECON Colombia. <https://www.reconcolombia.org/72-de-los-jovenes-considera-que-es-muy-dificil-emprender-en-colombia-segun-encuesta/>
- Sarasvathy, S. D. (2001). Causation and effectuation: Toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency. *Academy of Management Review*, 26(2), 243–263.

- Schumpeter, J. A. (1934). *The theory of economic development*. Cambridge: Harvard University Press.
- Schumpeter, J. A. (1942). *Capitalism, socialism and democracy*. New York: Harper & Brothers.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship. *Academy of Management Review*, 25(1), 217–226.
- Shapero, A. (1984). The entrepreneurial event. In C. A. Kent (Ed.), *The environment for entrepreneurship* (pp. 21–40). Lexington Books.
- Stevenson, H. H., & Jarillo, J. C. (1990). A paradigm of entrepreneurship: Entrepreneurial management. *Strategic Management Journal*, 11(5), 17–27.
- Tapuyo Zambrano, M. (2022). *Emprendimiento y desarrollo regional en Colombia*. Cali: Universidad del Valle.
- Timmons, J. A. (1999). *New venture creation* (5ª ed.). Boston: Irwin/McGraw-Hill.
- Turker, D., & Selcuk, S. S. (2009). Entrepreneurial intention in university students. *Journal of European Industrial Training*, 33(2), 142–159.
- Universidad del Bosque. (2020). *Informe de sostenibilidad 2020*. Bogotá: Universidad El Bosque.
- Universidad del Bosque. (2024). *Plan estratégico 2024–2028*. Bogotá: Universidad El Bosque.
- Varela, R. (2001). *Innovación empresarial: arte y ciencia en la creación de empresas*. Pearson Educación.
- Varela, R., & Bedoya, O. (2005). *Modelo de desarrollo de competencias para emprendedores*. Universidad Icesi.
- Venkataraman, S. (1997). The distinctive domain of entrepreneurship research. *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth*, 3, 119–138.

Víctor Hugo V. (2020). *Innovación y emprendimiento en América Latina*. Quito: Editorial Universitaria.

Wilson, F., Marlino, D., & Kickul, J. (2007). Entrepreneurial self-efficacy and career intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(3), 387–406.