

SEAFLOWER *Emprende*

Caracterización de
emprendimientos y empresas en
etapa temprana en el
Departamento Archipiélago de San
Andrés, Providencia y Santa
Catalina en tiempos de Covid-19 de
la vigencia 2020



TODOS POR UN NUEVO
COMIENZO



GOBERNACIÓN
Departamento Archipiélago
de San Andrés, Providencia y
Santa Catalina

Caracterización de emprendimientos y empresas en etapa temprana en el Departamento Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina en tiempos de Covid-19 de la vigencia 2020

Coordinación Editorial

Secretaría Departamental de Planeación
Grupo de Desarrollo Económico

Bartolomé Taylor Jay

Secretario de Planeación Departamental

Guillermo Hernández Jiménez

Coordinador Grupo de Desarrollo Económico

Sandy Patricia Guerrero Salcedo

Susanne Dianne Martínez Howard

Autores

Angelin Salinas Saams

Jorge Hernández Vásquez

Marcela Ampudia Sjogreen

Stephanie Yolí Otalora

Zoreida Hernández Jiménez

Apoyo Técnico

Equipo de Desarrollo Económico

Diciembre 2020

Gobernación del Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina

San Andrés Islas., Colombia

Versión 1-20

Usted puede copiar, descargar o imprimir los contenidos para su propio uso y puede incluir extractos de publicaciones, bases de datos y productos de multimedia en sus propios documentos, presentaciones, blogs, sitios web y materiales docentes, siempre y cuando se dé el adecuado reconocimiento al Territorio o fuentes oficiales como fuente y propietaria del copyright. Toda solicitud para uso público se sugiere contactar en el portal web <https://www.sanandres.gov.co/>

© Gobernación de Departamento Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina, Secretaría de Planeación, 2020

CONTENIDO

I.	INTRODUCCIÓN	7
II.	MARCO NORMATIVO	9
III.	ANTECEDENTES	11
IV.	OBJETIVO	14
V.	INSTRUMENTO METOLÓGICO	15
VI.	REULTADOS	16
VII.	CONCLUSIONES PRELIMINALES	33
VIII.	REFERENCIAS	4
IX.	ANEXOS	4

Lista de Tabla

Tabla No. 1. Antecedentes de Colocación de Recursos Financieros en el Departamento Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina. Fuente: Autor

Lista de Gráfica

Grafica No. 1. Distribución de Emprendimientos por Municipio en el Departamento Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina del Registro de Emprendimientos y empresas en el programa Seaflower Emprende. Fuente: Autor de los datos de registro con corte a noviembre 2020

Grafica No. 2. Registro Mercantil de los Emprendimientos y empresas del programa Seaflower Emprende. Fuente: Autor de los datos de registro con corte a noviembre 2020

Grafica No. 3. Estado del Registro Mercantil de los Emprendimientos y empresas en el programa Seaflower Emprende. Fuente: Autor de los datos de registro con corte a noviembre 2020

Grafica No. 4. Porcentaje de participación del Estado del Registro Mercantil desactualizados de los Emprendimientos y empresas del programa Seaflower Emprende. Fuente: Autor de los datos de registro con corte a noviembre 2020

Grafica No.5. Tipo de actividad productiva de los Emprendimientos y empresas del programa Seaflower Emprende. Fuente: Autor de los datos de registro con corte a noviembre 2020

Grafica No.6. Participación porcentual de los Tipo de actividad productiva de los Emprendimientos y empresas del programa Seaflower Emprende. Fuente: Autor de los datos de registro con corte a noviembre 2020

Grafica No.7. Comercialización de los Emprendimientos y empresas del programa Seaflower Emprende. Fuente: Autor de los datos de registro con corte a noviembre 2020

Grafica No.8. Uso de Instagram como herramienta de mercadeo. Emprendimientos y empresas del programa Seaflower Emprende. Fuente: Autor de los datos de registro con corte a noviembre 2020

Grafica No.9. Uso de Facebook como herramienta de mercadeo. Emprendimientos y empresas del programa Seaflower Emprende. Fuente: Autor de los datos de registro con corte a noviembre 2020

Grafica No.10. Uso de Twitter como herramienta de mercadeo. Emprendimientos y empresas del programa Seaflower Emprende. Fuente: Autor de los datos de registro con corte a noviembre 2020

Grafica No.11. Uso de Página Web como herramienta de mercadeo. Emprendimientos y empresas del programa Seaflower Emprende. Fuente: Autor de los datos de registro con corte a noviembre 2020

Grafica No.12. Uso de Otras herramientas de mercadeo. Emprendimientos y empresas del programa Seaflower Emprende. Fuente: Autor de los datos de registro con corte a noviembre 2020

Grafica No.13. Preferencias de herramientas de mercadeo. Emprendimientos y empresas del programa Seaflower Emprende. Fuente: Autor de los datos de registro con corte a noviembre 2020

Grafica No.14. Preferencias de servicios de fortalecimiento demandado por los Emprendimientos y empresas del programa Seaflower Emprende. Fuente: Autor de los datos de registro con corte a noviembre 2020

Grafica No.15. Áreas de interés para capacitación demandado por los Emprendimientos y empresas del programa Seaflower Emprende. Fuente: Autor de los datos de registro con corte a noviembre 2020

Grafica No.16. Recursos tecnológicos para acceder a capacitación en virtual por parte de los Emprendimientos y empresas del programa Seaflower Emprende. Fuente: Autor de los datos de registro con corte a noviembre 2020

Grafica No.17. Género. de los Emprendimientos y empresas del programa Seaflower Emprende. Fuente: Autor de los datos de registro con corte a noviembre 2020

Grafica No.18. Rango de Edades de Emprendimiento de los Emprendimientos y empresas del programa Seaflower Emprende. Fuente: Autor de los datos de registro con corte a noviembre 2020

Grafica No.19. Rango de Edades de Emprendimiento de los Emprendimientos y empresas del programa Seaflower Emprende. Fuente: Autor de los datos de registro con corte a noviembre 2020

Grafica No.20. Rango de Edades de Emprendimiento de los Emprendimientos y empresas del programa Seaflower Emprende. Fuente: Autor de los datos de registro con corte a noviembre 2020

Grafica No.21. Participación étnica en los Emprendimiento de los Emprendimientos y empresas del programa Seaflower Emprende. Fuente: Autor de los datos de registro con corte a noviembre 2020

Grafica No.22. Grupos étnicos en los Emprendimiento de los Emprendimientos y empresas del programa Seaflower Emprende. Fuente: Autor de los datos de registro con corte a noviembre 2020

Grafica No.23. Participación étnica en los Emprendimiento de los Emprendimientos y empresas del programa Seaflower Emprende. Fuente: Autor de los datos de registro con corte a noviembre 2020

Grafica No.24. Participación otros en los Emprendimiento de los Emprendimientos y empresas del programa Seaflower Emprende. Fuente: Autor de los datos de registro con corte a noviembre 2020

Grafica No.25. Participación de Personas en condición de discapacidad en los Emprendimiento de los Emprendimientos y empresas del programa Seaflower Emprende. Fuente: Autor de los datos de registro con corte a noviembre 2020

ANEXOS

Anexo 1. Anexo 1. Ubicación de Miembros del programa por sectores

CARACTERIZACIÓN DE EMPRENDIMIENTOS Y EMPRESAS EN ETAPA TEMPRANA EN EL DEPARTAMENTO ARCHIPIÉLAGO DE SAN ANDRÉS, PROVIDENICA Y SANTA CATALINA EN TIEMPOS DE COVID-19 DE LA VIGENCIA 2020

BOLETÍN TÉCNICO

I. INTRODUCCIÓN

La propagación de la pandemia por coronavirus que atraviesa el Archipiélago y el mundo entero, ha generado una de las peores recesiones de las últimas décadas, asociada a una emergencia sanitaria que ha hecho complejo los procesos de adaptación y desarrollo de los sectores productivos en muchos territorios; para el Departamento Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina no es la excepción, una nueva realidad que genera un estado de vulnerabilidad socioeconómica dado que el departamento es el territorio colombiano más dependiente del turismo, y este sector fue uno de los más afectados por la pandemia. El producto interno bruto del departamento siempre se ha asociado a las actividades de comercio, y de alojamiento y restaurantes; para el 2018, según los datos del DANE este representó el 57% del total de actividades¹, adicional a todas aquellas actividades complementarias que de estas se generan. Estos sectores productivos por el cierre temporal de actividades son los que más se han visto afectadas. Algunos sectores con grandes esfuerzos, han mantenido su operación, pero sus ganancias se han visto reducidas significativamente. La Cámara de Comercio de San Andrés, reportó para la vigencia 2020, un fenómeno de liquidado de más de 148 negocios comerciales, y pérdidas que ascienden a 200.000 millones de pesos.²

El incrementado de la tasa de desempleo en el departamento, es determinante en un estado de recesión como el que padece actualmente el departamento, estableciendo frente a esta realidad económica grandes retos de adaptación al cambio tanto para la institucionalidad, como para el sector productivo. El informe oficial del DANE a octubre del 2020, reportó un aumento a 24,5 para la vigencia, cuando en el 2019 para el mismo periodo se encontraba a 7,6. Un descenso significativo dado que los resultados presentados para San Andrés corresponden al período mayo - octubre 2020. Un

¹ Fuente: Perfil Económico Departamental. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Oficina de Estudios Económicos. Julio 2020

² Fuente: Cámara de Comercio del Departamento Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina. Julio 2020.

indicador negativo que puede ser mayor si se contempla que en el departamento la informalidad es fuente permanente de mínimo vital para muchos hogares. ³

Un efecto esperado, dado que según el Informe de Coyuntura Económica Regional (ICER), reportado por el Banco de la República en el 2015, en San Andrés, Providencia y Santa Catalina, el 45% de la población ocupada formalmente está vinculada al turismo y al comercio. De 29.000 ocupados en el Archipiélago, 13.000 estaban vinculados a actividades de comercio, hoteles y restaurantes, los sectores más afectados y de mayor representatividad en el mercado laboral insular. ⁴

Como lo plantea el estudio realizado por la Federación Nacional de Departamentos, el Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina, es el departamento con mayores afectaciones en sus ingresos corrientes, con una caída de 81%, con corte a mayo de 2020. ⁵ Sin embargo, ante esta difícil situación económica, la comunidad de emprendedores del departamento demostró que son motor de adaptación al cambio y de resiliencia. En los últimos meses son evidentes la creación e ideación de iniciativas productiva en diversos sectores de consumo y servicio, la implementación y uso de nuevas estrategias de comercialización; y transformaciones en la cadena de distribución de algunos empresarios que han tratado de mantenerse. La Secretaría de Planeación implementó una estrategia de identificación de procesos de emprendimiento en el territorio en tiempos de Covid-19, y se identificaron 325 emprendedores y empresas en etapa temprana. Esto ratifica la importancia de acompañar y potencializar esta iniciativa productiva orgánica, desde la institucionalidad.

El siguiente documento presenta un análisis de la caracterización de emprendimientos y empresas en etapa temprana identificados en el Departamento Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina en tiempos de Covid-19 para la vigencia 2020 descripción, liderado por la Secretaría de Planeación a través del equipo de desarrollo económico. Este contiene los resultados preliminares de la caracterización de las empresas registradas entre agosto a octubre, y exponen las variables preestablecidas para el registro, contemplado para una etapa inicial de incubación y desarrollo desde la Secretaría y la Red de Emprendimiento Regional.

El proceso se apoyó en una encuesta online de registro, como instrumento de identificación de los emprendimientos en etapa temprana, contemplando criterios generales como: (i) el perfil de los emprendedores, (ii) la idea de emprendimiento y (iii) la mentalidad y cultura del emprendimiento. Este insumo permitió establecer algunas áreas de interés del ecosistema y las necesidades iniciales para establecer el abc de incubación de las mismas.

³ Fuente: DANE. Actualizado el octubre de 2020

⁴ Banco de la República. (2015). Informe de Coyuntura Económica Regional (ICER). San Andrés, Providencia y Santa Catalina.

⁵ James, J. (10 de Julio del 2020). El COVID-19 y sus efectos en la economía del Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina. Universidad Nacional, Periódico Digital.

II. MARCO NORMATIVO

Para abordar el desarrollo de emprendimiento en la región, es necesario conocer como ha sido la evolución de este sector en el país, por ello en primer lugar se presenta la evolución del marco normativo del emprendimiento que delimita las acciones institucionales en del desarrollo de la misma.

En Colombia, el marco legal en materia de emprendimiento, ha evolucionado en la última década en una compleja combinación de leyes y decretos, que respaldan las políticas públicas, y regulan legalmente muchas acciones, estrategias y reglas judiciales, determinantes en la práctica real del emprendimiento como motor de desarrollo. La política pública colombiana cuenta con un marco normativo que tienen una gran trayectoria cronológica, teniendo como eje central la constitución política (1991), en su título XII “del régimen económico y de la hacienda pública”, artículo 333, donde se establece la libertad económica y se considera la empresa como la base para el desarrollo.

La Constitución Política de Colombia plantea como derechos fundamentales el empleo y la educación, los cuales son garantía para generar condiciones de vida dignas y facilitar el desarrollo económico y social del país. Hoy por hoy, las tendencias económicas internacionales, han demostrado que el emprendimiento y desarrollo empresarial, es una de las características fundamentales del desarrollo económico y social de los países con economías de mercado, y Colombia es una de ellas, donde la empresa se presenta como el núcleo esencial de generación de la riqueza que conlleve al bienestar general. En este sentido, el estado tiene no solo se caracteriza por tener un rol fundamental, sino que requiere la adopción de un papel múltiple en el fomento del emprendimiento, el cual se resume en los siguientes tres roles principales: Primero, como Promotor de la alianza público – privada – académica. Segundo, como Facilitador de las condiciones para el emprendimiento. Y Tercero, como Desarrollador de la dimensión local, regional, nacional e internacional del emprendimiento.

En la actualidad, el fomento de la cultura empresarial y la creación de empresas, se ha consolidado como una política de estado con la ley 590 de 2000, que tiene como objetivos “Responder a necesidades sociales, generar empleo, aportar a la distribución de la riqueza, generar valor y dinamización de la economía; y ser el medio de innovación y desarrollo tecnológico.

El marco normativo se caracteriza así:

- Constitución Política de Colombia: Principalmente, su artículo 38 sobre Libertad de Asociación, artículos 333 sobre Libertad Económica y 158 sobre Unidad de Materia. Guía de Emprendimiento
- Ley 344 de 1996: Normas correspondientes a la creación de empresas. En el artículo 16 trata sobre el acceso a los recursos para proyectos de incubadoras asociadas al Sena.

- Ley 550 de 1999: Establece un régimen que promueva y facilite la reactivación empresarial, la reestructuración de los entes territoriales para asegurar la función social de las empresas, lograr el desarrollo armónico de las regiones y se dictan disposiciones para armonizar el régimen legal vigente con las normas de esta ley.
- Ley 789 de 2002: Por la cual se dictan normas para apoyar el empleo y ampliar la protección social y se modifican algunos artículos del Código Sustantivo del Trabajo.
- Decreto 934 de 2003
Por el cual se reglamenta el funcionamiento del Fondo Emprender FE. El artículo 40 de la ley 789 de 2002 creó el Fondo Emprender FE como una cuenta independiente y especial adscrita al Servicio Nacional de Aprendizaje, Sena, el cual será administrado por esa entidad y cuyo objeto exclusivo será financiar iniciativas empresariales en los términos allí dispuestos.
- Ley 905 de 2004: Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo del micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones.
- Ley 1014 de 2006: Por la cual se dictan normas para el fomento a la cultura de emprendimiento empresarial en Colombia.
- Ley de Emprendimiento: Con el fin de generar un entorno favorable para ayudar al crecimiento del ecosistema de emprendimiento en el país, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, por medio de iNNpulsa Colombia, formuló y presentó el proyecto de la Ley de Emprendimiento, a través del cual se busca establecer un marco regulatorio que propicie la creación y la sostenibilidad de los emprendimientos colombianos. Esta iniciativa legislativa, busca actualizar la normativa vigente sobre emprendimiento, incorporando medidas que se ajusten a las nuevas realidades de las empresas y mejoren sus condiciones, incluso para su reactivación económica. El proyecto de Ley contempla, entre otros aspectos, presenta una reducción de cargas y trámites para facilitar su creación y formalización, con un enfoque especial en aquellos emprendedores y micro negocios de las poblaciones más vulnerables, consideraciones que se contemplan en la propuesta. Y de igual forma, agrupa las experiencias y lecciones aprendidas durante las distintas misiones oficiales a lugares emblemáticos para el emprendimiento, en países como Estados Unidos, Francia, Israel, China, entre otros. Ley que fue aprobada para la vigencia.

CORTE CONSTITUCIONAL DE COLOMBIA

- Sentencia C-392 de 2007: La Sala Plena de la Corte Constitucional, en cumplimiento de sus atribuciones, respaldó la creación de microempresas bajo el régimen de Empresas Unipersonales, contemplada en el artículo 22 de la Ley 1014 de 2006 "Ley de Fomento al Emprendimiento". De acuerdo con la Sentencia en mención, las empresas que se creen a partir de la entrada en vigencia de dicha ley que tengan hasta 10 empleados y menos de 500 smmlv se constituyen y vigilan como Empresas Unipersonales.

- Sentencia c-448 del 3 de mayo de 2005: Demanda de inconstitucionalidad contra la expresión "con concepto previo favorable de la Dirección de Apoyo Fiscal del Ministerio de Hacienda", contenida en el artículo 21 de la Ley 905 de 2004 "por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones". El demandante afirma que las expresiones acusadas vulneran los artículos 1º, 287 y 294 de la Constitución Política. Lo anterior, en procura de estimular la creación y subsistencia de las MiPymes.

III. ANTECEDENTES

En los últimos diez años en el territorio se han desarrollado procesos de fomento de emprendimiento a través de convocatorias regionales lideradas desde las entidades y organizaciones locales y nacionales. Y programas de incubación empresarial gestadas desde las entidades que conforman la Red de emprendimiento como SENA, Cámara de Comercio, Infotep, Coralina, Gobernación del Departamento Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina, y el Municipio de Providencia y Santa Catalina, entre otros. Algunos procesos que se han desarrollado en términos de capital semilla o incentivos se describen a continuación.

Tabla No. 1. Antecedentes de Colocación de Recursos Financieros en el Departamento Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina. Fuente: Autor

No	CONVOCATORIA	ENTIDAD	DESCRIPCIÓN
1	Fondo Emprender	Servicio Nacional de Aprendizaje SENA Convocatoria Nacional	El Fondo Emprender SENA es un Fondo creado por el Gobierno Nacional para financiar proyectos empresariales provenientes de Aprendices, Practicantes Universitarios (que se encuentren en el último año de carrera profesional) o Profesionales que no superen dos años de haber recibido su primer título profesional.

2	Fondo Emprender Antonieta Davis	Servicio Nacional de Aprendizaje SENA Convocatoria Antonieta Davis 2016-2019	<p>Alianza entre la Presidencia de la República, el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), la Financiera del Desarrollo Territorial (Findeter), la Unidad Nacional para la Gestión del Riesgo de Desastres (UNGRD) y el SENA. Todo esto enmarcado dentro del Plan Archipiélago, una serie de estrategias del Gobierno Nacional que buscan el desarrollo social y económico de los isleños. Con un esfuerzo interinstitucional, se logró entregar más de seis mil millones de pesos.</p> <p>Desde que fue lanzado en junio de 2016, el Programa de Emprendimiento Antonieta Davis ha entregado más de 6 mil millones de pesos para la creación de 46 empresas en San Andrés y 10 en Providencia. Las iniciativas empresariales generan más de 300 empleos dignos y formales en el archipiélago.</p>
3	Fondo Emprender	Gobernación - Servicio Nacional de Aprendizaje SENA Convocatoria Regional 120 de 2016	Alianza local entre el Sena y la Gobernación por valor de \$1.000.000.000, con la participación del 50% por cada entidad.
4	Fondo Emprender	Gobernación - Servicio Nacional de Aprendizaje SENA Convocatoria Regional 147 de 2017	Alianza local entre el Sena y la Gobernación por valor de \$1.000.000.000, con la participación del 50% por cada entidad.
5	Fondo Emprender	Gobernación - Servicio Nacional de Aprendizaje SENA Convocatoria Regional 162 de 2019	Alianza local entre el Sena y la Gobernación por valor de \$1.000.000.000, con la participación del 50% por cada entidad.
6	Fondo Antonieta Davis	La Corporación para el Desarrollo Sostenible del	primer concurso local de emprendimiento, por medio del cual se busca el aceleramiento

	Fondo Emprender	Departamento Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina, CORALINA, el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y la Cámara de Comercio.	empresarial y el fomento a la cultura del emprendimiento e innovación en el Archipiélago. El objetivo del concurso busca promover emprendimiento, desarrollo empresarial e innovación como alternativa de vida sostenible en la Reserva de Biosfera Seaflower. Así como también fomentar el aceleramiento de aquellas empresas del archipiélago que han logrado resultados en el desarrollo de negocios creativos y verdes y, tienen potencial de crecimiento extraordinario, promover ideas de negocio que apunten a: Biocomercio, turismo de naturaleza, producción más limpia, innovación y el fortalecimiento de la cultura del archipiélago, incentivar la cultura del emprendimiento en la comunidad de las Islas y Acompañar empresarios y emprendedores en el desarrollo de sus ideas de negocio.
7	Concurso "Seaflower Explorer 2015".	La Corporación para el Desarrollo Sostenible del Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina, CORALINA y Biocomercio Colombia en apoyo con la Red de Emprendimiento Departamental Convocatoria 2015	Dirigida a jóvenes de hasta 22 años a participar de la convocatoria del
8	Impact Hub Fellowship	La Corporación Ambiental para el Desarrollo Sostenible del Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina-Coralina, Impact Hub Fellowship	Coralina, con el apoyo de Impact Hub Fellowship en Biocomercio, Agencia Presidencial de Cooperación Internacional de Colombia, se mostraron complacidos por la buena y excelente acogida que tuvo la convocatoria para seleccionar a

		<p>en Biocomercio, Agencia Presidencial de Cooperación Internacional de Colombia Convocatoria 2014</p>	<p>emprendedores en etapa temprana con iniciativas innovadoras en Biocomercio.</p> <p>161 emprendedores con sus ganas y sus iniciativas de seguir mostrando sus ideas innovadoras aceptaron el reto de la convocatoria, saliendo elegidos 140, quienes cumplieron a cabalidad con los requisitos exigidos para el concurso. Lo que le está permitiendo al departamento archipiélago que debido a su participación y los emprendedores que aplicaron ocupar el primer lugar con un porcentaje inicial del 25.6%, quedando empatados con el departamento de Risaralda.</p>
--	--	--	--

Fuentes: Autores, adaptados de consultas con las entidades locales e información secundaria.

En el 2014, la isla solamente recibió \$194 millones de pesos de capital semilla del Fondo Emprender; para 2016, esa cifra aumentó a más de \$5.000 millones. Demostramos que en San Andrés sí hay emprendedores y que el SENA es la mejor opción para ellos. El Departamento Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina, fue el primer departamento que se unió al SENA en este esfuerzo nacional del Fondo Emprender. Y este modelo de fomento fue importante para la generación de nuevas iniciativas en el departamento y nuevos sectores económicos que han empezado su desarrollo.

IV. OBJETIVO

Las dinámicas económicas actuales del departamento, destacan de manera cada vez más recurrente, el rol de las las iniciativas o emprendimientos; por ello ofrecer una lectura del comportamiento del ecosistema de emprendimiento en el Departamento resulta urgente, pues este año (2020) con todos las condiciones socioeconómicas que se presentan, el fomento a la cultura del emprendimiento es básica para responder a una tendencia orgánica que se ha venido presentando, lo que abre una ventana de oportunidad para valorar cómo el territorio puede apropiarse de la legislación, las políticas públicas y los programas y estrategias con alto grado de aplicabilidad en el departamento, para desarrollar y

potencializar nuevos mercados y sectores productivos que disminuyan la alta dependencia que se tiene hoy del turismo.

Conocer cuál es el impacto del emprendimiento y la innovación en el entorno insular resulta una cuestión apremiante para el direccionamiento de las decisiones que, desde el gobierno local, municipal y nacional, se deben tomar para la reactivación y el desarrollo económico en la región.

V. INSTRUMENTO METOLÓGICO

Para identificar los emprendimiento y empresas en etapa temprana, se implementó — inicialmente— una estrategia comunicativa que consistió en el levantamiento de una base de datos a través de un registro online, donde los emprendedores suministraron en forma directa su información de identificación y caracterización inicial de pertenencia al programa Seaflower Emprende.

Para captar los registros se diseñaron piezas de convocatoria en español e inglés, y se distribuyó en todos los canales y redes sociales de la Entidad, y la Red de emprendimiento Regional. Cabe anotar que la captación a través de los diferentes grupos sociales y de interés económico influyentes en los respectivos ecosistemas de emprendimiento, fueron claves para la consecución de dicha información, así como para la referencia de los actores y activos intervinientes en el emprendimiento en las islas. Este insumo permitió la consolidación de una base de datos inicial, que presentamos en este documento, el cual es la base para el trabajo de campo de profundización proyectado para el 2021 a través de los servicios de acompañamiento desde el Programa Seaflower Team.

Además de la construcción de una base de datos con la información recopilada por medio de la estrategia comunicativa, este proceso se planteó una fase de análisis estadísticos de los datos, que sirvió como referente fundamental para la consecución de uno de los objetivos: la caracterización inicial.

El instrumento conto con los siguientes ítems:

- a. Municipio

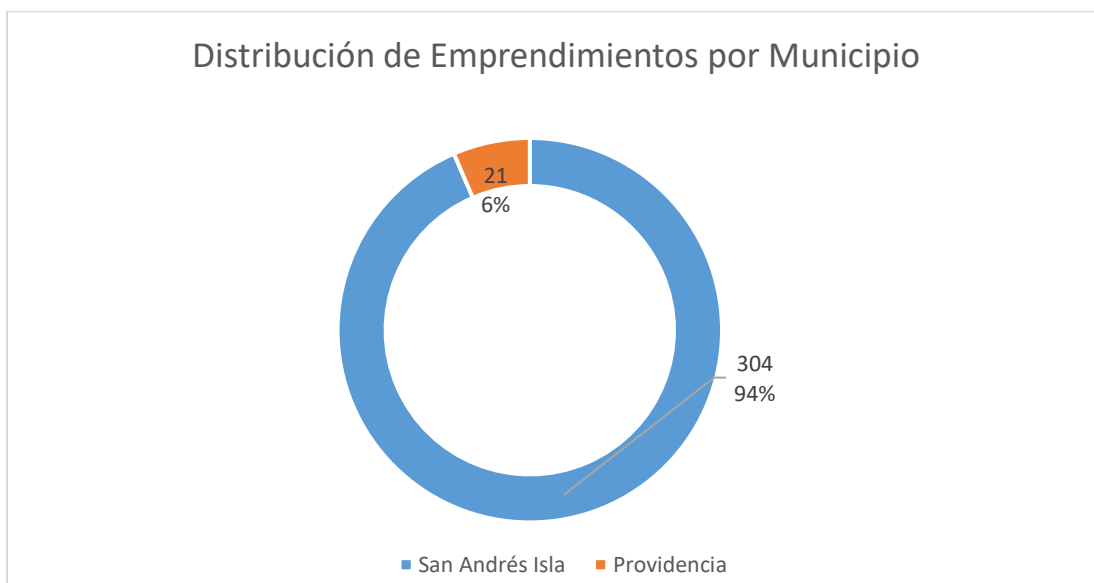
- b. Autorización y manejo de la información según lo dispuesto en la política de privacidad para el tratamiento de Datos Personales, "Ley 1581 del 2012
- c. Nombre del emprendimiento o empresa
- d. Registro ante la cámara de comercio
- e. Tipo de actividad económica
- f. Descripción de la actividad económica
- g. Desempeña sus actividades
- h. Barrio o sector
- i. Dirección del establecimiento
- j. Horarios y jornadas de atención
- k. No. de matrícula o No. catastral
- l. Ubicación (Longitud/Latitud)
- m. Manejo de Redes sociales y plataformas
- n. Requerimiento y Servicios de interés para su desarrollo.
- o. Áreas de capacitación
- p. Capacidad para realizar capacitación en línea
- q. Nombres y Apellidos
- r. No. de identificación
- s. Sexo
- t. Edad
- u. Grupo étnico
- v. Condición de discapacidad
- w. Teléfono
- x. Correo
- y. Recepción de ofertas, convocatorias y diferentes oportunidades comerciales

VI. RESULTADOS

Este apartado tendrá como hilo conductor la estructura del instrumento —sus dimensiones, variables y las categorías de análisis— para identificar los diferentes hallazgos de identificación, en términos del comportamiento que, en el transcurso de la pandemia, han experimentado los emprendedores, sus ideas de negocio, las compañías y el entorno emprendedor. A continuación, se presentan las principales resultados y conclusiones.

1. Participación por Municipio

En cuanto a la participación en el proceso, el 94% representado en 304 emprendimiento y empresas son de la isla de San Andrés, y el 6% con una participación de 21 iniciativas de las islas de Providencia y Santa Catalina. Esta última, significativa en proporción al tejido empresarial del Municipio dado que, según reporte de la Cámara de Comercio para la vigencia de 2020, este contaba con tejido empresarial constituido por 460 empresas⁶, es decir una participación aproximada del 4.7%.

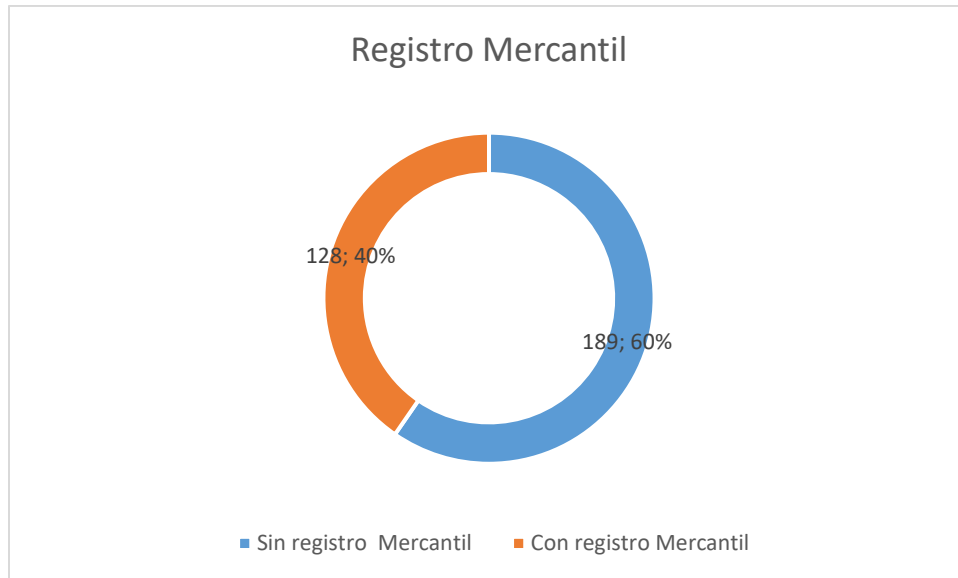


Grafica No. 1. Distribución de Emprendimientos por Municipio en el Departamento Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina del Registro de Emprendimientos y empresas en el programa Seaflower Emprende. Fuente: Autor de los datos de registro con corte a noviembre 2020

2. Registro Mercantil

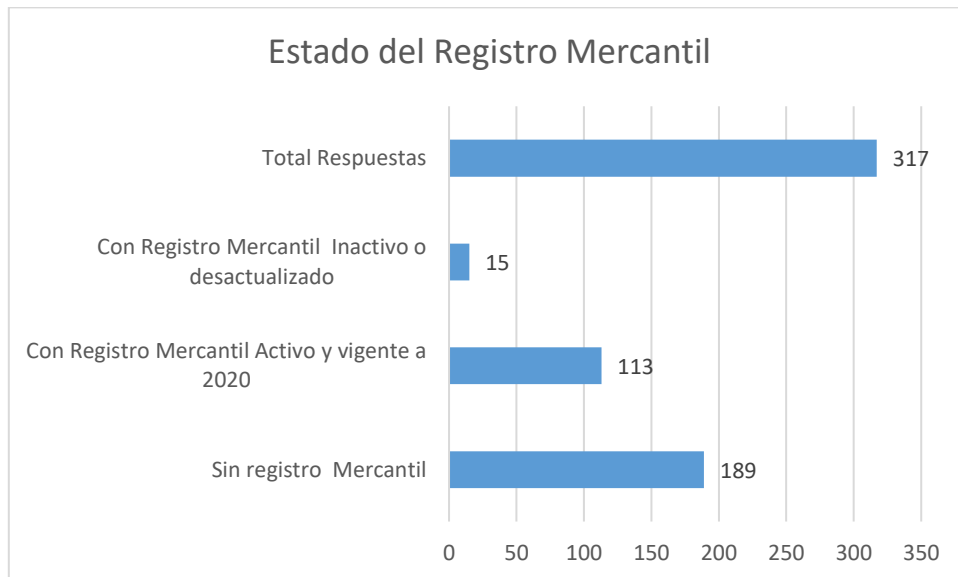
Frente al registro mercantil se lograron 317 respuestas, de las cuales, el 60% no tenían registro Mercantil, con unas 189 respuestas; y el 40% reportó que, si tenían registro mercantil, es decir 128 empresas. (Ver grafica No. 2)

⁶ Reporte de empresas registradas ante la Cámara de Comercio, reporte 2020 suministrado a través de la Red de Emprendimiento.

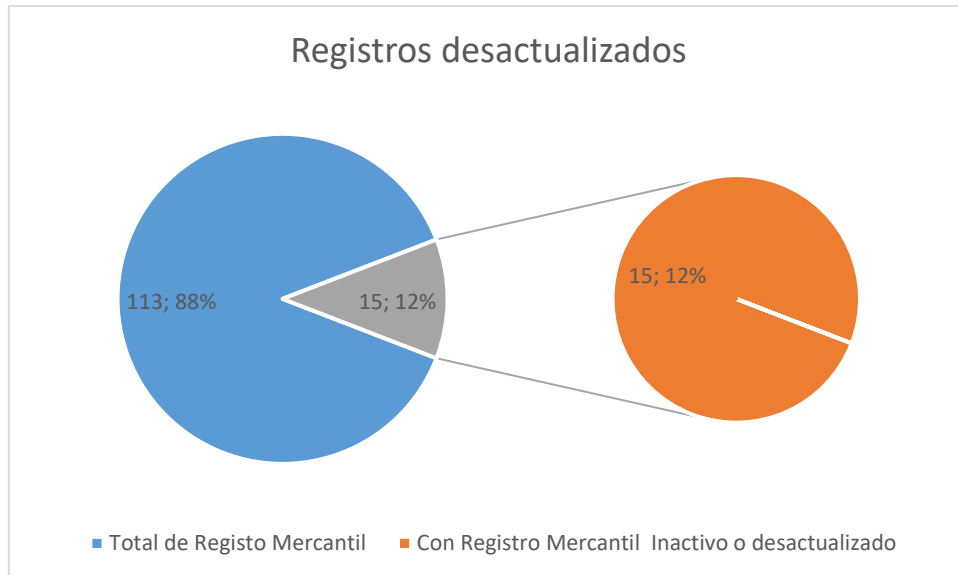


Grafica No. 2. Registro Mercantil del Registro de Emprendimientos y empresas del programa Seaflower Emprende. Fuente: Autor de los datos de registro con corte a noviembre 2020

Frente al estado del registro, 113 reportaron que contaban con Registro Mercantil Activo y vigente a 2020, y 15 con Registro Mercantil Inactivo o desactualizado, es decir el 12%. (Ver grafica 3 y 4)



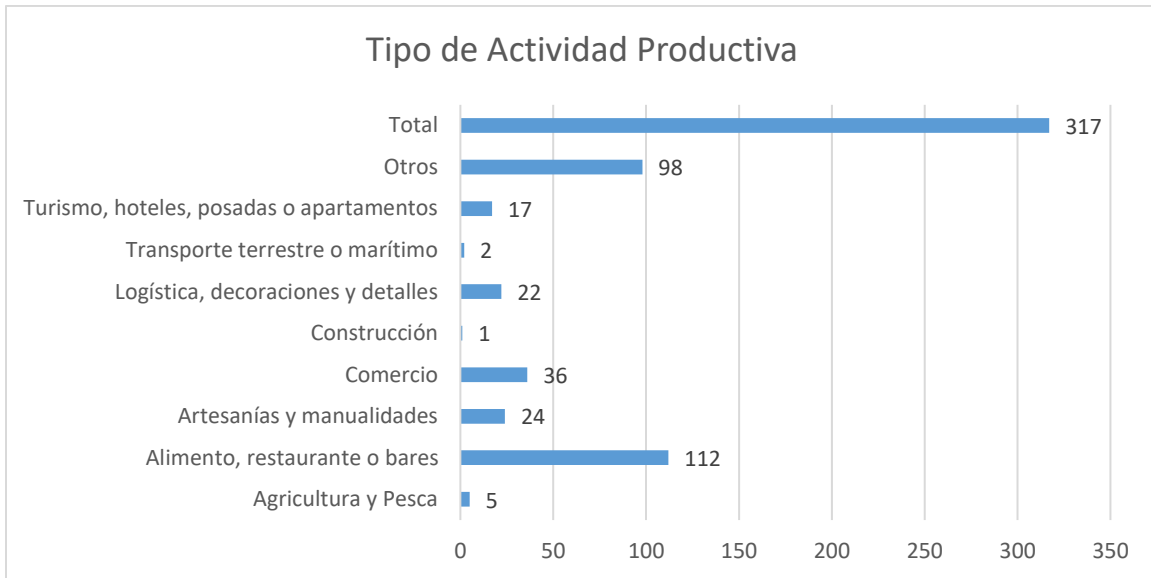
Grafica No. 3. Estado del Registro Mercantil de los Emprendimientos y empresas en el programa Seaflower Emprende. Fuente: Autor de los datos de registro con corte a noviembre 2020



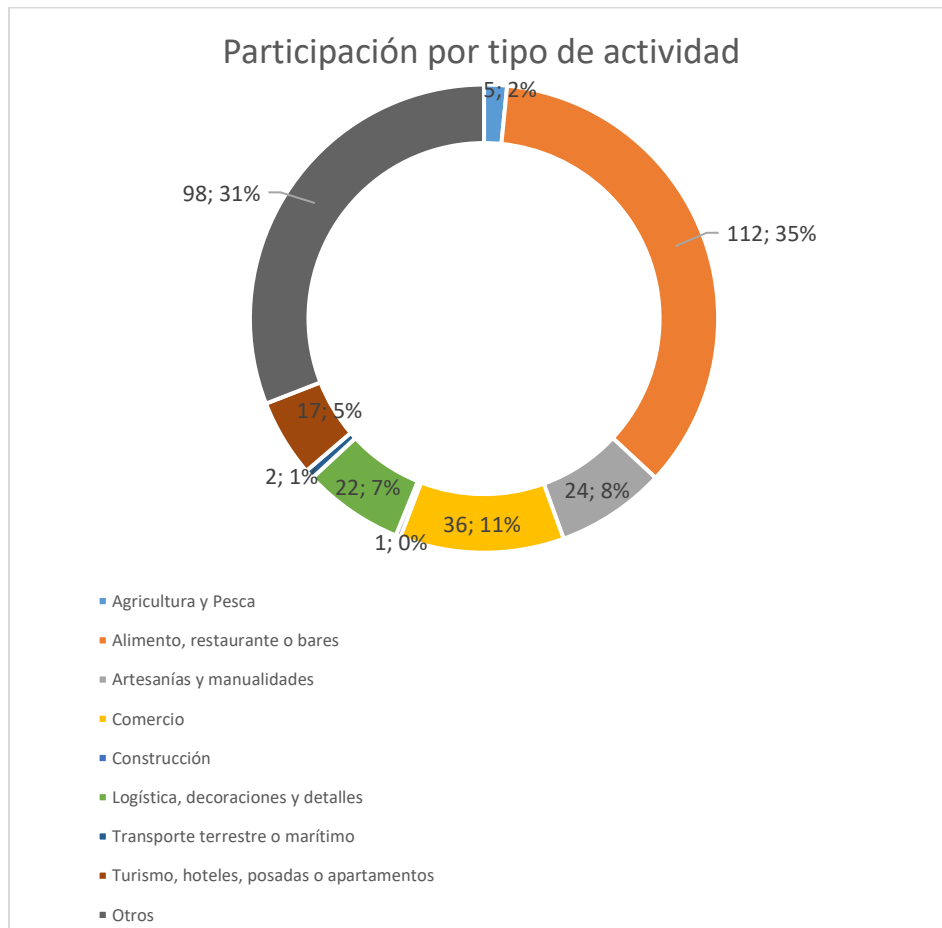
Grafica No. 4. Porcentaje de participación del Estado del Registro Mercantil desactualizados de los Emprendimientos y empresas del programa Seaflower Emprende. Fuente: Autor de los datos de registro con corte a noviembre 2020

3. Tipo de Actividad

Se obtuvieron 317 respuestas, de las cuales el 35%, representado en 112 emprendimientos o empresas en etapa temprana desarrollan su idea de negocio en el subsector de alimentos, restaurante y bares. 98 emprendedores, es decir el 31% reportaron actividades de servicios, turismo, alimento, confecciones y alimentos. Luego comercio con 36 actividades de negocio, 22 de logística, decoraciones y detalles, 24 con artesanías y 17 con turismo y servicios complementarios. Del total de participantes solo 5 pertenecían al sector de agricultura y pesca. Ver la siguiente gráfica.



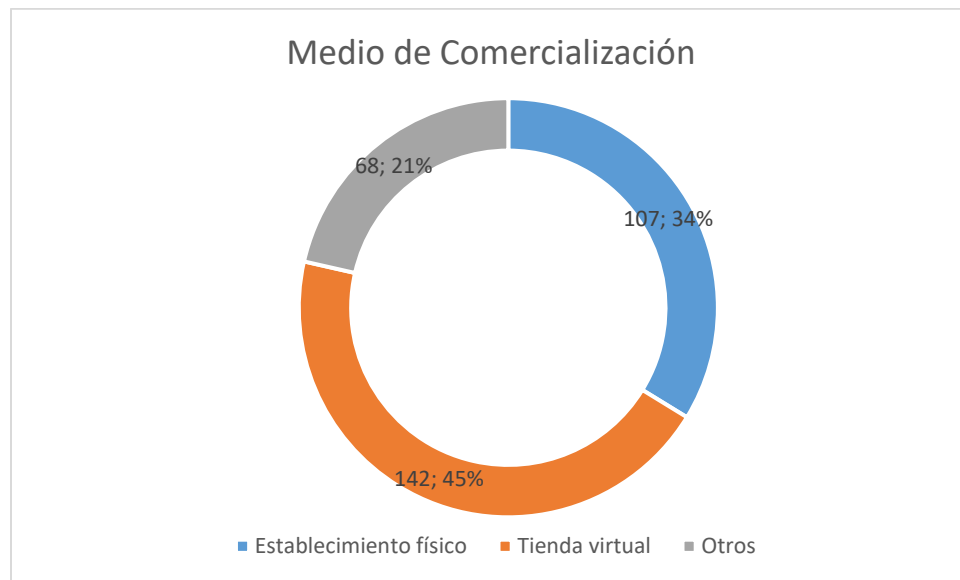
Grafica No.5. Tipo de actividad productiva de los Emprendimientos y empresas del programa Seaflower Emprende. Fuente: Autor de los datos de registro con corte a noviembre 2020



Grafica No.6. Participación porcentual de los Tipo de actividad productiva de los Emprendimientos y empresas del programa Seaflower Emprende. Fuente: Autor de los datos de registro con corte a noviembre 2020

4. Comercialización

Se presentaron 317 respuestas de las cuales el 45% con 142 emprendimientos y empresas en etapa temprana manifestaron que comercializan a través de tienda virtual, el 34% con 107 emprendimientos y empresas comercializan en establecimientos físicos, y el 21% reporto otros mecanismos de comercialización.



Grafica No.7. Comercialización de los Emprendimientos y empresas del programa Seaflower Emprende. Fuente: Autor de los datos de registro con corte a noviembre 2020

5. Horarios de Atención

Se identificaron los siguientes Horarios y jornadas de atención:

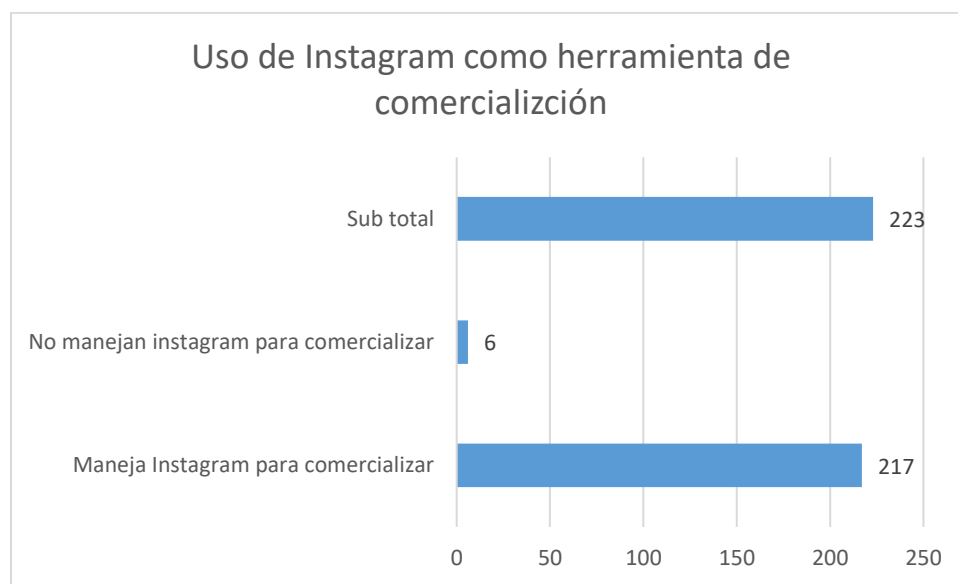
- 24 horas
- Jornada Mañana y Tarde
- Jornada de la mañana
- Jornada de la Tarde
- Fracción de la mañana
- Fracción de la Tarde
- Jornada de la Mañana, Tarde y Noche
- Jornada de la Tarde y Noche

6. Manejo de Redes Sociales

Frente al manejo de redes sociales para promoción y mercadeo se identificaron los siguientes medios.

6.1. Instagram

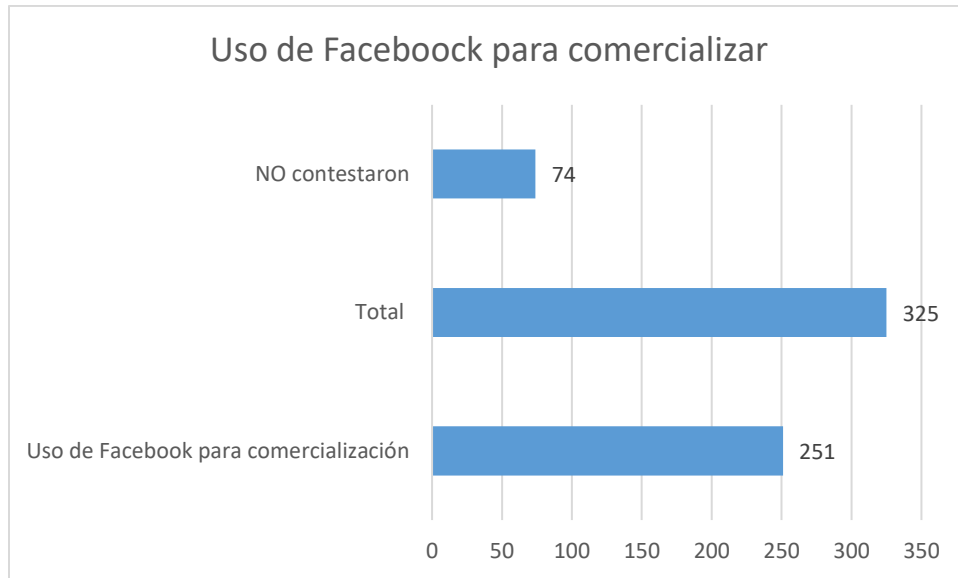
223 contestaron a la pregunta, y de estos 217 reportaron que manejan Instagram para comercializar, solo 6 reportaron no manejar. Es decir que el 68,6% de los miembros del programa utilizan esta herramienta.



Gráfica No.8. Uso de Instagram como herramienta de mercadeo. Emprendimientos y empresas del programa Seaflower Emprende. Fuente: Autor de los datos de registro con corte a noviembre 2020

6.2. Facebook

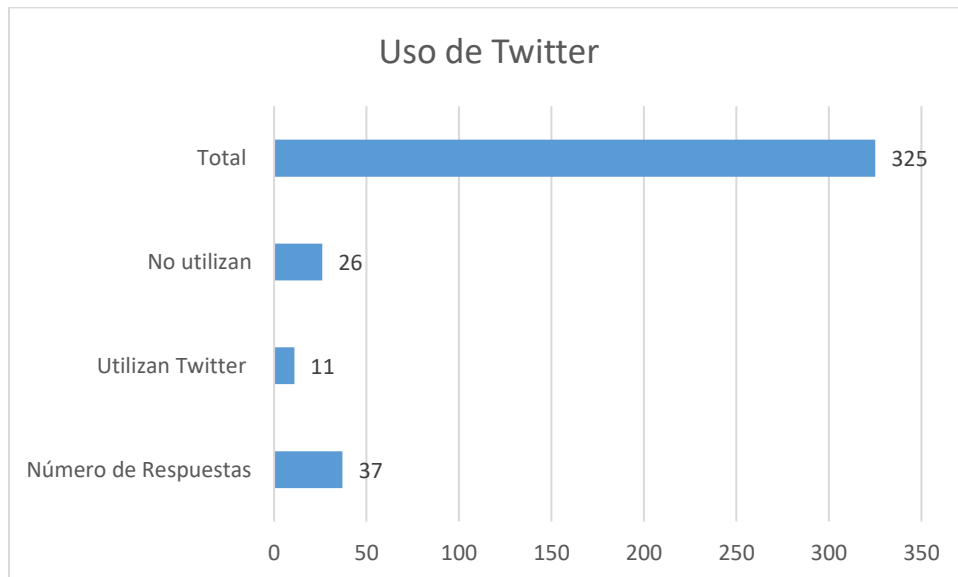
251 emprendedores reportaron usar Facebook para mercadear y comercializar sus productos y bienes. Es decir, el 77% de la muestra, un porcentaje significativo.



Grafica No.9. Uso de Facebook como herramienta de mercadeo. Emprendimientos y empresas del programa Seaflower Emprende. Fuente: Autor de los datos de registro con corte a noviembre 2020

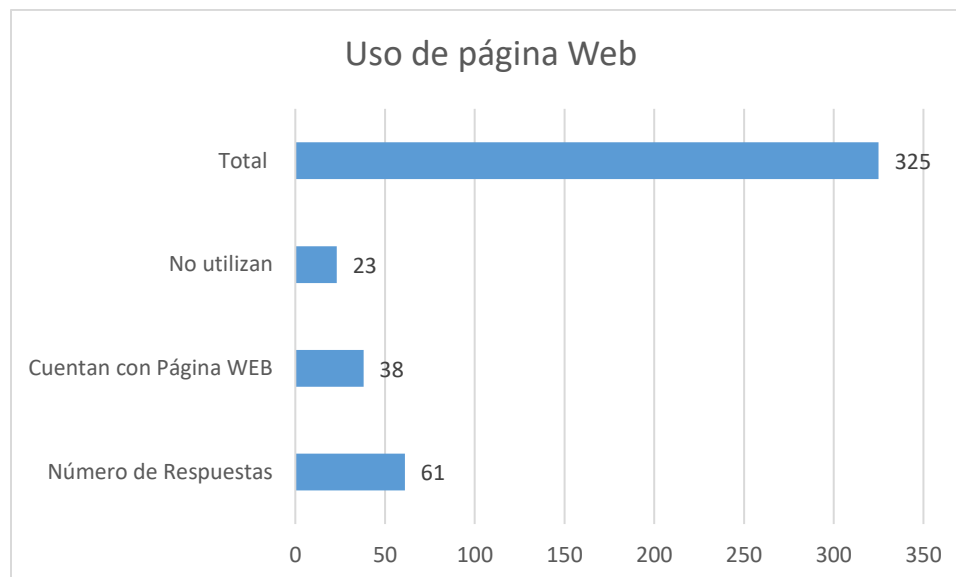
6.3. Twitter

Solo 11 de los emprendimientos utiliza Twitter, siendo la herramienta de menor uso.



Grafica No.10. Uso de Twitter como herramienta de mercadeo. Emprendimientos y empresas del programa Seaflower Emprende. Fuente: Autor de los datos de registro con corte a noviembre 2020

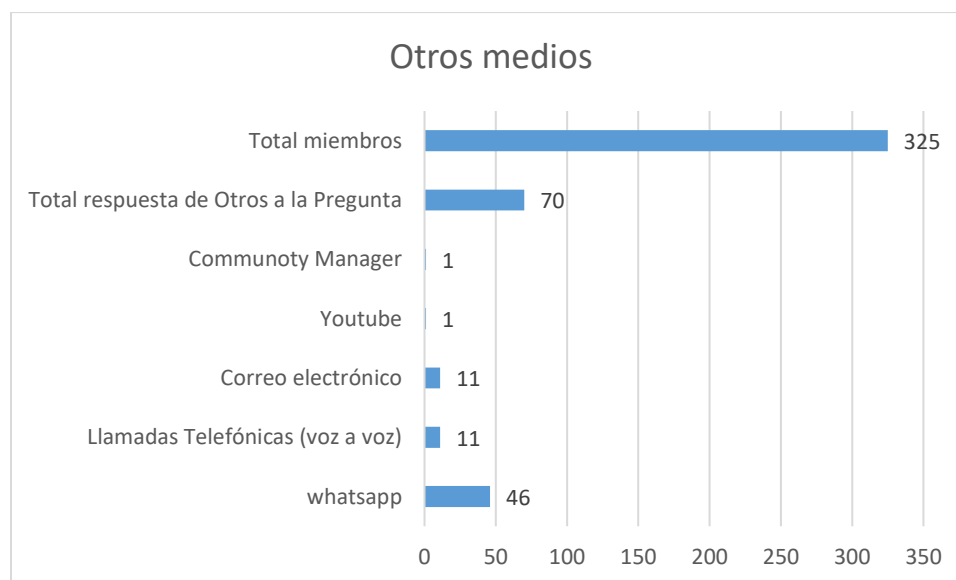
6.4. Página Web



Grafica No.11. Uso de Página Web como herramienta de mercadeo. Emprendimientos y empresas del programa Seaflower Emprende. Fuente: Autor de los datos de registro con corte a noviembre 2020

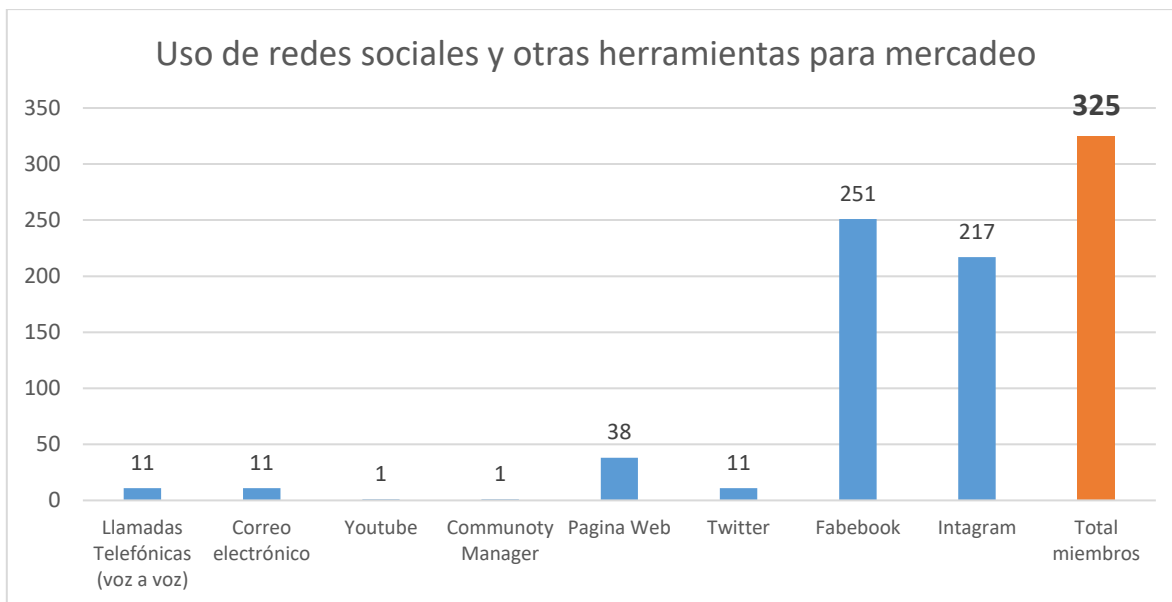
6.5. Otros

70 emprendimientos reportaron utilizar otro medio. De estos 46 reportaron que comercializan por WhatsApp, 11 por llamadas telefónicas, 11 por correos electrónicos, 1 por Youtube, 1 por community manager.



Grafica No.12. Uso de Otras herramientas de mercadeo. Emprendimientos y empresas del programa Seaflower Emprende. Fuente: Autor de los datos de registro con corte a noviembre 2020

En términos generales las de mayor uso es Facebook e Instagram como herramientas de mercado y promoción.

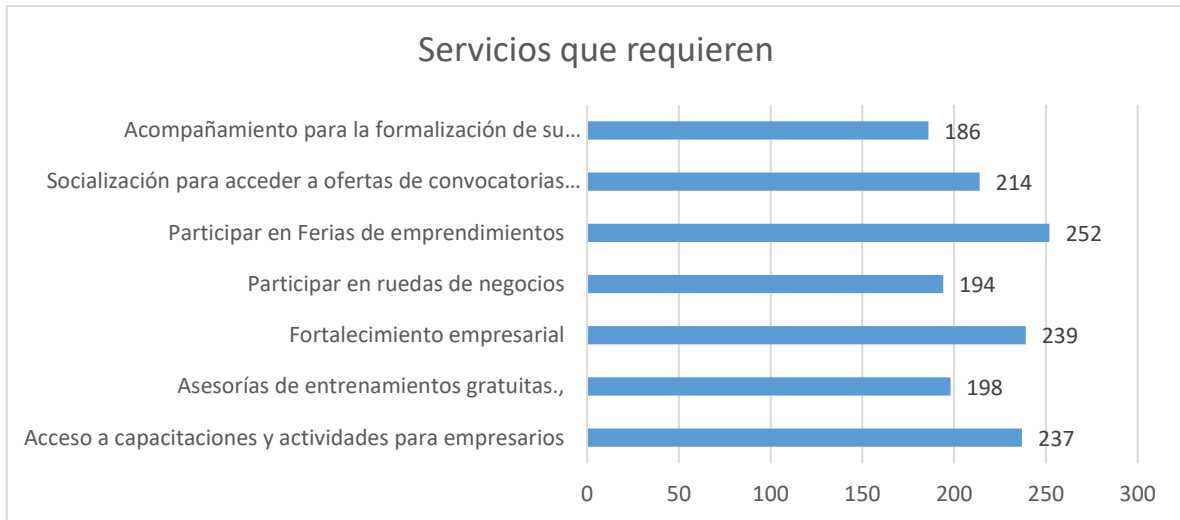


Grafica No.13. Preferencias de herramientas de mercadeo. Emprendimientos y empresas del programa Seaflower Emprende.
Fuente: Autor de los datos de registro con corte a noviembre 2020

7. Servicios Requeridos

Los participantes manifestaron los siguientes servicios que requiere:

- Participar en Ferias de emprendimientos: 252
- Fortalecimiento empresarial: 239
- Acceso a capacitaciones y actividades para empresarios: 237
- Socialización para acceder a ofertas de convocatorias regionales y nacionales: 214
- Asesorías de entrenamientos gratuitas: 198
- Participar en ruedas de negocios: 194
- Acompañamiento para la formalización de su actividad económico: 186

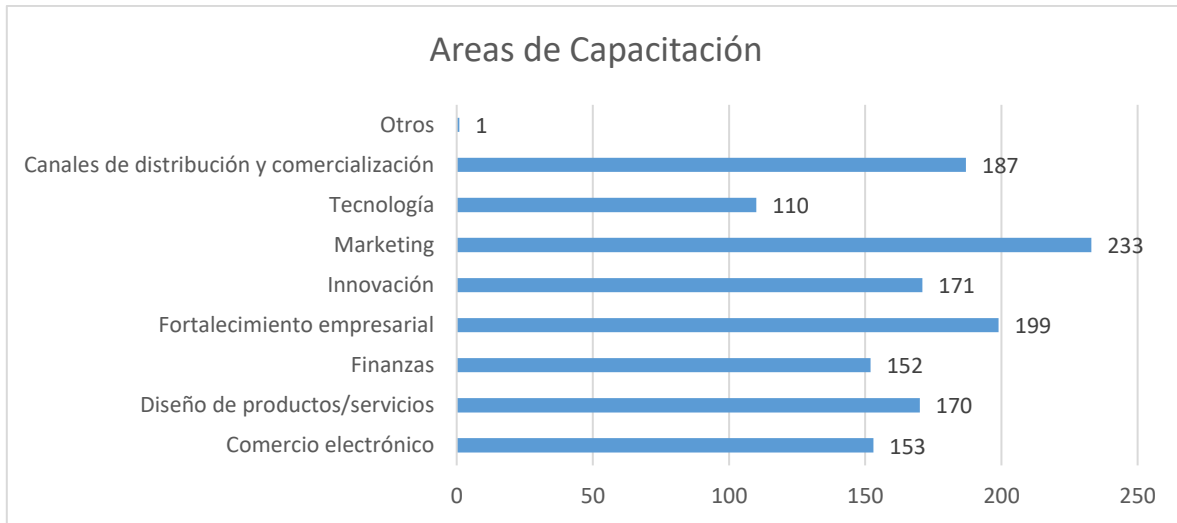


Grafica No.14. Preferencias de servicios de fortalecimiento demandado por los Emprendimientos y empresas del programa Seaflower Emprande. Fuente: Autor de los datos de registro con corte a noviembre 2020

8. Áreas de Capacitación de Interés

Las áreas de capacitación de mandadas por los encuestados son:

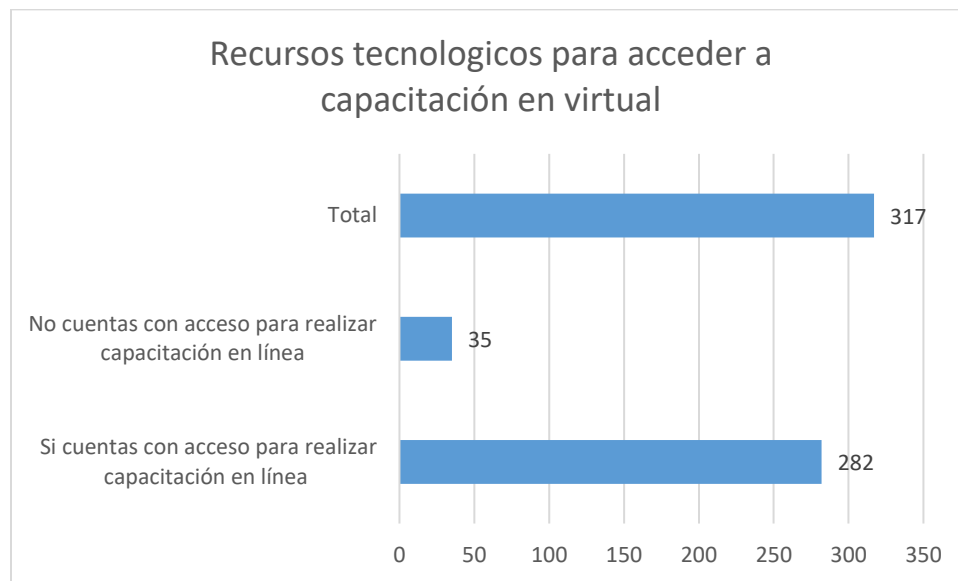
- Marketing 233
- Fortalecimiento empresarial 199
- Canales de distribución y comercialización 187
- Innovación 171
- Diseño de productos/servicios 170
- Comercio electrónico 153
- Finanzas 152
- Tecnología 110
- Otros 1



Grafica No.15. Áreas de interés para capacitación demandado por los Emprendimientos y empresas del programa Seaflower Emprende. Fuente: Autor de los datos de registro con corte a noviembre 2020

9. Capacidad de Formación en línea

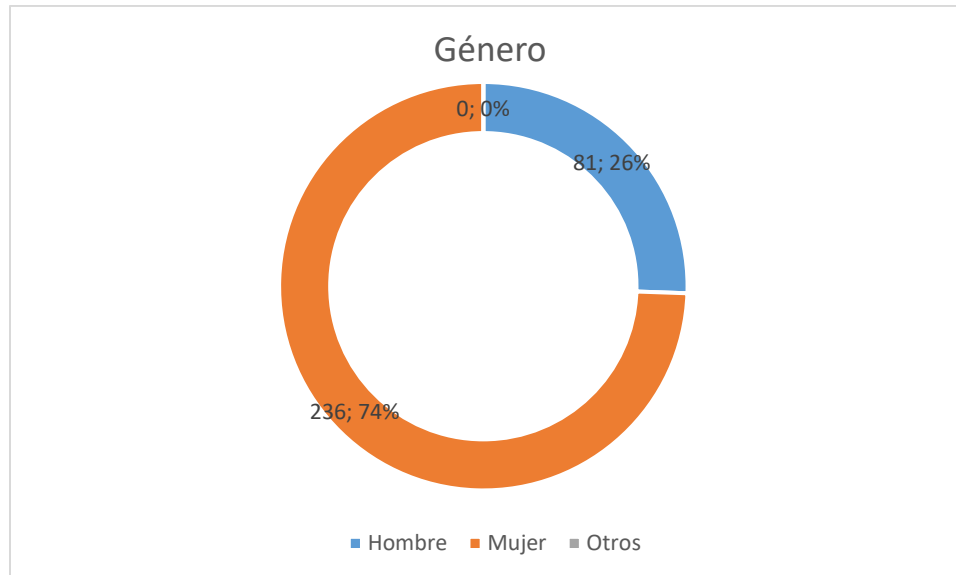
282 reportaron que cuentan con recursos tecnológicos para acceder a capacitación en virtual, es decir el 89% de la muestra, un valor significativo.



Grafica No.16. Recursos tecnológicos para acceder a capacitación en virtual por parte de los Emprendimientos y empresas del programa Seaflower Emprende. Fuente: Autor de los datos de registro con corte a noviembre 2020

10. Género

El 74% manifestó ser mujer y el 26% hombres. No se presentaron otros.

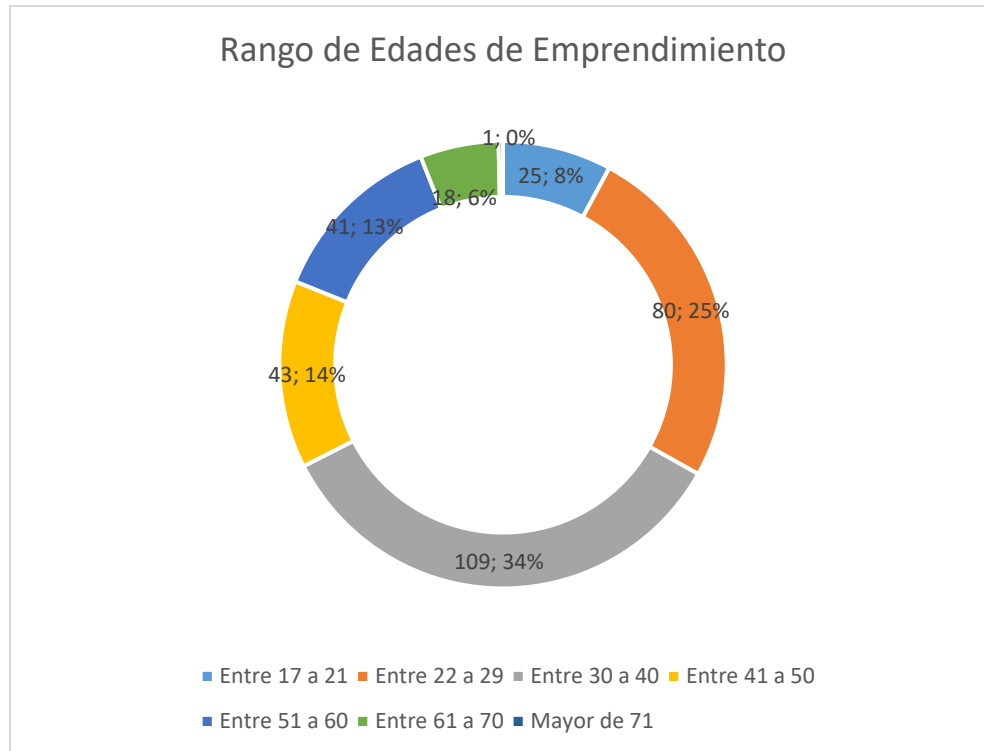


Grafica No.17. Género. de los Emprendimientos y empresas del programa Seaflower Emprende. Fuente: Autor de los datos de registro con corte a noviembre 2020

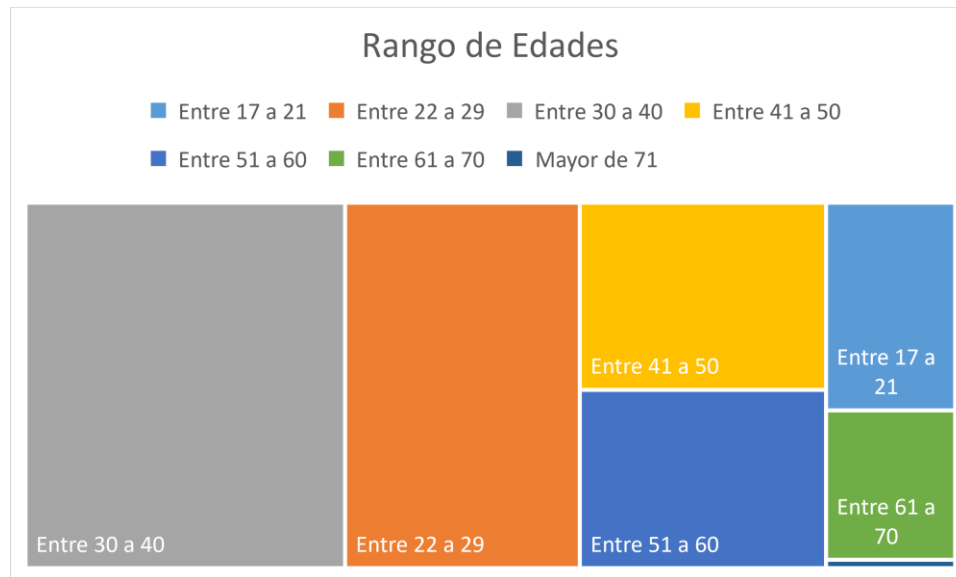
11. Rango de Edades

El rango de edades de mayor participación es de 30 a 40 años con 109 emprendedores, luego de 22 a 29 años con 80 emprendedores, luego de 41 a 50 años con 43 miembros, entre 51 y 60 años con 41 personas, 18 de 61 a 70 años, y 1 persona de 71 años.

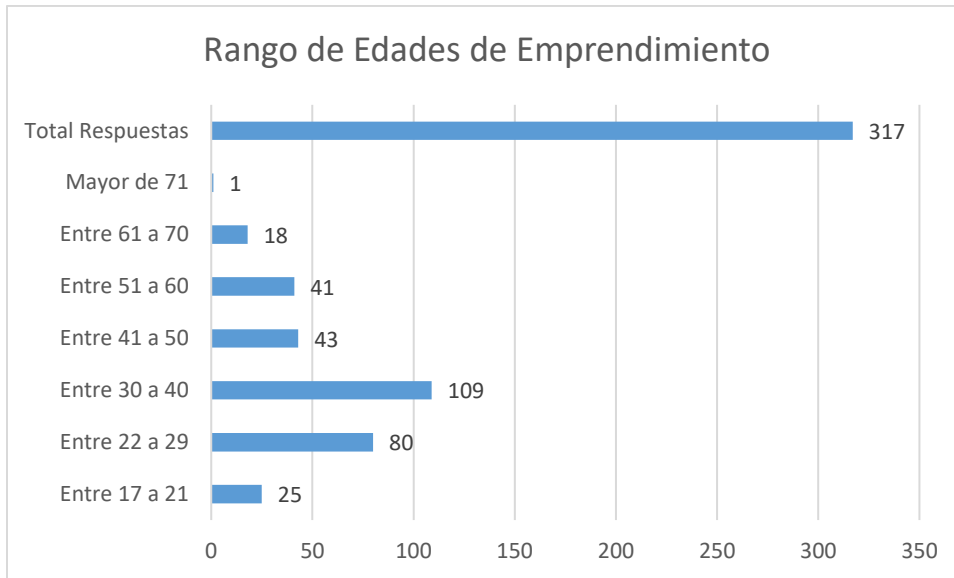
Rango de edad	Número	Porcentaje de participación
Entre 17 a 21	25	7,9
Entre 22 a 29	80	25,2
Entre 30 a 40	109	34,4
Entre 41 a 50	43	13,6
Entre 51 a 60	41	12,9
Entre 61 a 70	18	5,7
Mayor de 71	1	0,3
Total, Respuestas	317	100,0



Grafica No.18. Rango de Edades de Emprendimiento de los Emprendimientos y empresas del programa Seaflower Emprende. Fuente: Autor de los datos de registro con corte a noviembre 2020



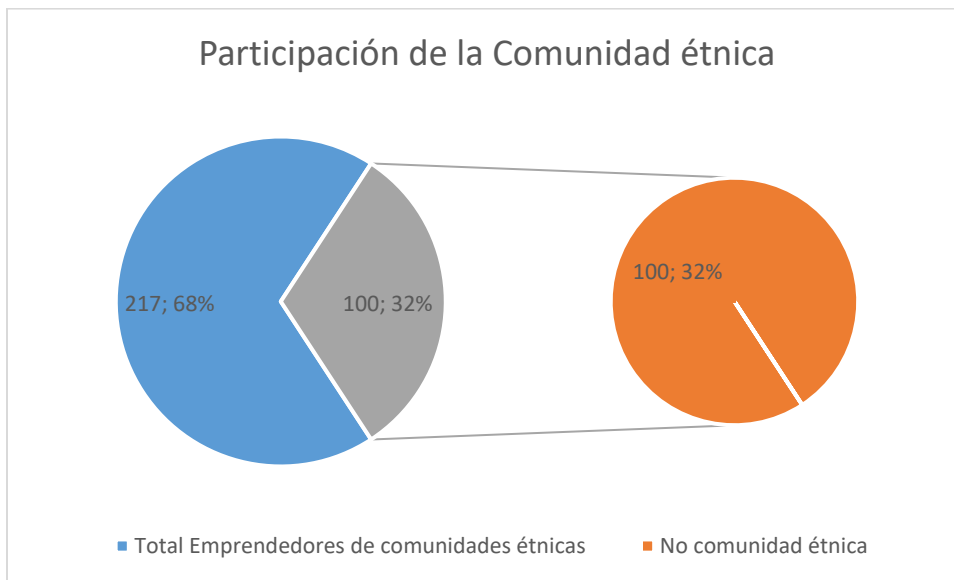
Grafica No.19. Rango de Edades de Emprendimiento de los Emprendimientos y empresas del programa Seaflower Emprende. Fuente: Autor de los datos de registro con corte a noviembre 2020



Grafica No.20. Rango de Edades de Emprendimiento de los Emprendimientos y empresas del programa Seaflower Emprende. Fuente: Autor de los datos de registro con corte a noviembre 2020

12. Participación de la Comunidad Étnica

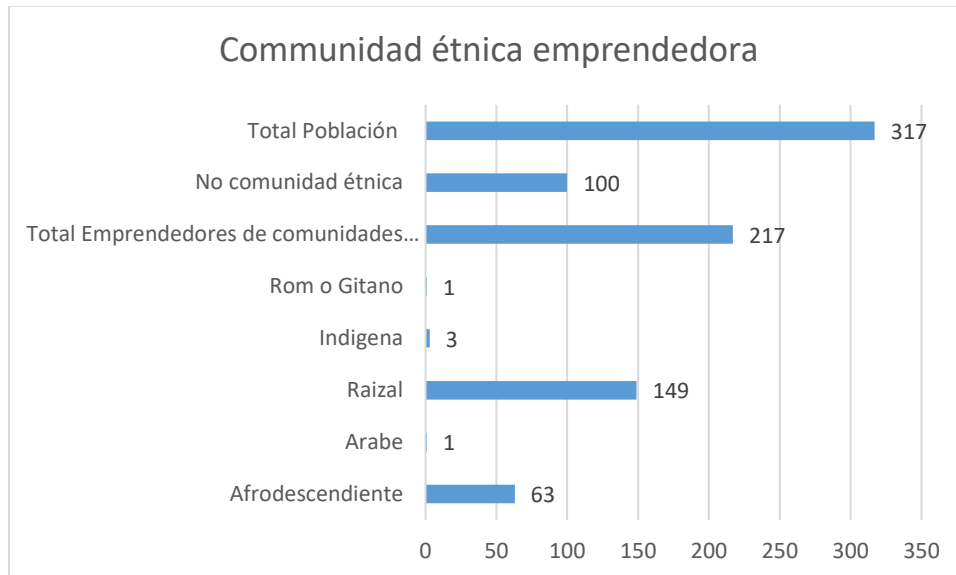
El 68% de los miembros se reconocen como miembros de una comunidad étnica.



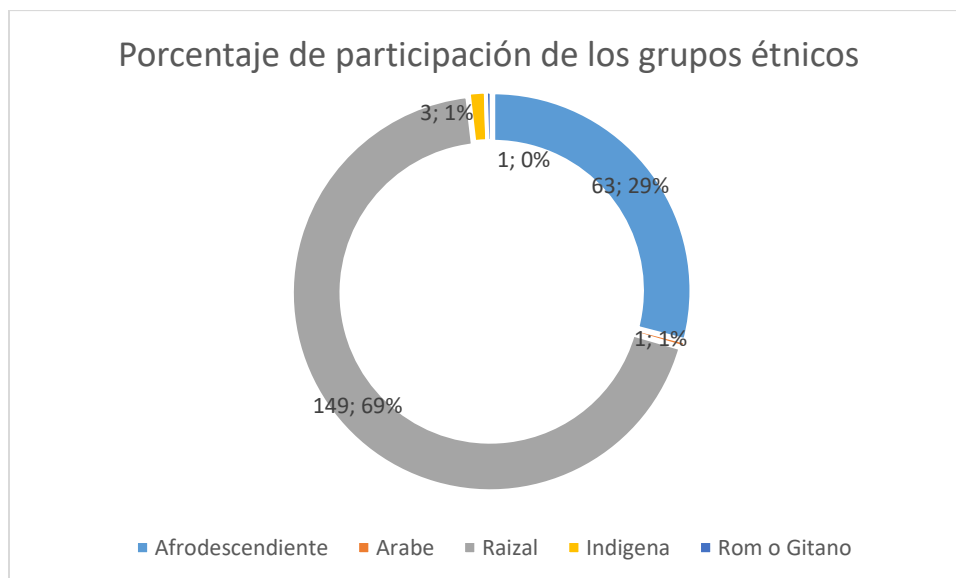
Grafica No.21. Participación étnica en los Emprendimiento de los Emprendimientos y empresas del programa Seaflower Emprende. Fuente: Autor de los datos de registro con corte a noviembre 2020

De la población que se reconoce como miembro de un grupo étnico (127 emprendedores), el 69% (149 pax) manifestaron pertenecer a la comunidad étnica raizal, el 29% (63 pax) a la

comunidad de afrodescendientes, el 1,4% a los indígenas y un 1% en Rom o Gitano. Por otro lado, un 1% de esta población manifestó ser de una comunidad árabe.



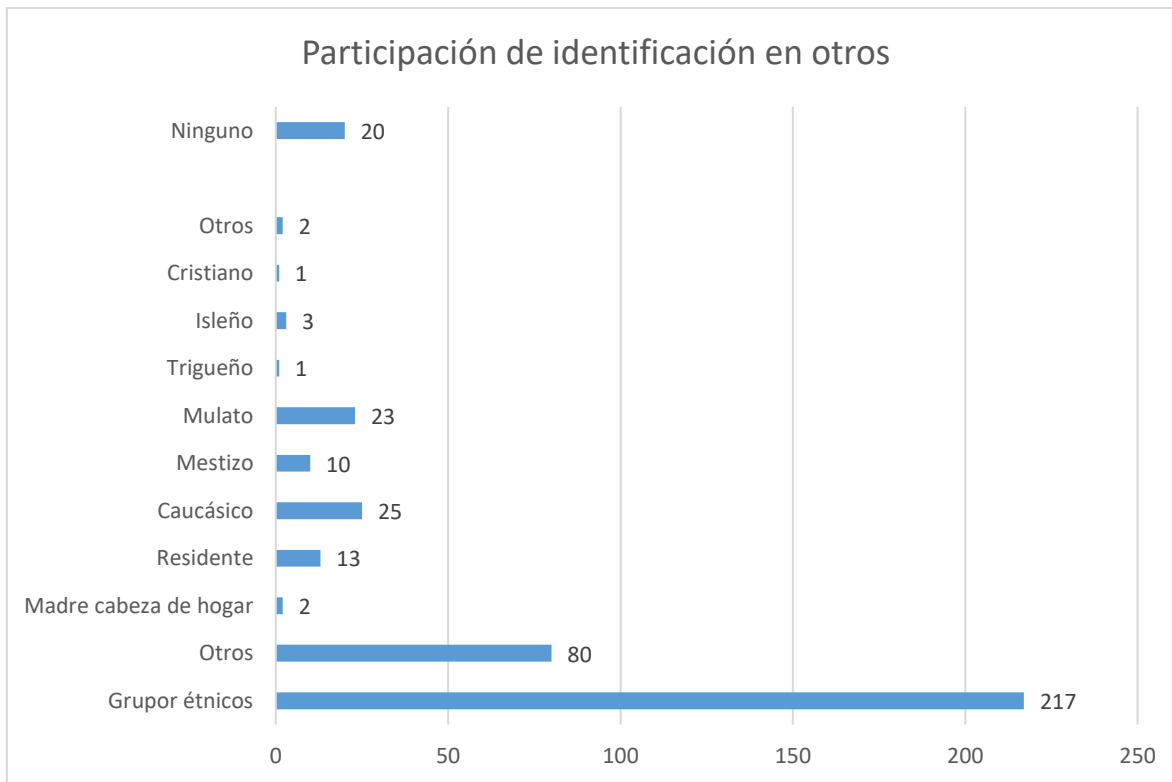
Grafica No.22. Grupos étnicos en los Emprendimiento de los Emprendimientos y empresas del programa Seaflower Emprende. Fuente: Autor de los datos de registro con corte a noviembre 2020



Grafica No.23. Participación étnica en los Emprendimiento de los Emprendimientos y empresas del programa Seaflower Emprende. Fuente: Autor de los datos de registro con corte a noviembre 2020

80 personas reportaron otros y determinaron ser:

Madre cabeza de hogar	2
Residente	13
Caucásico	25
Mestizo	10
Mulato	23
Trigueño	1
Isleño	3
Cristiano	1
Otros	2
Ninguno	20



Grafica No.24. Participación otros en los Emprendimiento de los Emprendimientos y empresas del programa Seaflower Emprnde. Fuente: Autor de los datos de registro con corte a noviembre 2020

13. Participación de Personas en condición de discapacidad

El 3% de los miembros adscritos al programa son personas en condición de discapacidad, y reportan tener el registro RLCPD



Grafica No.25. Participación de Personas en condición de discapacidad en los Emprendimientos y empresas del programa Seaflower Emprende. Fuente: Autor de los datos de registro con corte a noviembre 2020

VII. CONCLUSIONES

Perfil personal del emprendedor⁷

Según la muestra, en el departamento el rango de mayor intensidad y acción de emprender se ubican entre 22 y 40 años de edad, con un porcentaje de participación de 59,5%, lo que nos permite ratificar planteamientos de autores como Vesga, et al., (2015, p.60), que establecen que "hay un rango de edad que se cree más apropiado para el éxito en la creación de empresas y su crecimiento; ya que, por un lado, cuando la persona es demasiado joven puede carecer de experticia respecto a la consecución de recursos y contactos necesarios para generar una compañía con proyección de crecimiento. Y, por otro lado, cuando el emprendedor excede determinada edad, su actitud emprendedora y su propensión a tomar riesgos disminuye. Por tal motivo, las empresas que presentan mayores porcentajes de crecimiento tienen también una mayor participación de socios que están en el rango entre 26 y 40 años de edad". Lo que no permite inferir que a pesar que la juventud es una característica importante, para el departamento no son estos rangos los de mayor prevalencia, y por el contrario la experiencia toma en el territorio un papel importante, ya

⁷ Esta dimensión comprende variables como la edad, género, grupo étnico, y discapacidad, para este ejercicio inicial de caracterización.

que haber experimentado el fracaso aumenta la posibilidad de emprender a reintentarlo. Los autores consideran que estas son las de mayor éxito por las lecciones aprendidas que facilitan la reacción ante el cambio o problema, evidente en la tendencia de incremento de emprendimiento en tiempos de Covid-19; donde el emprendimiento se convirtió en una opción viable en un momento donde el mercado laboral y dinámica económica esta en recesión. Asimismo, durante este ejercicio se pudo identificar que, en las islas, el emprendimiento en etapa temprana de desarrollo, se presentan como una empresa personal, y superaron muchas barreras de entrada de sus productos, que en un escenario “normal” no hubiera sido viable; es decir el aprovechamiento de la oportunidad, en términos explícitos, el acceso y los modos de distribución, que fueron cruciales para los tiempos de Covid-19 en el Departamento.

El género femenino obtuvo mayor porcentaje de participación en el ejercicio, un resultado importante e interesante, dado que en Colombia existe una brecha entre hombres y mujeres; como lo menciona Robles, Susana de la Unidad de Operaciones Financieras y coordinadora de Género del Fondo Multilateral de Inversiones —Fomin- “a la mujer se le identifica con el riesgo y al hombre con la oportunidad exponencial”. Por ello, esta tendencia debe ser aprovechada, y se debe unir esfuerzos para mantener e incrementar la participación de la mujer en el ecosistema empresarial, y así contribuir al cierre de brechas salariales existente. Lo que demanda la implementación de programas que potencialice a las mujeres y consoliden sus de ideas de negocio.

Un elemento de gran importancia en el ejercicio, fue la participación de emprendedores de las comunidades étnicas, con una participación del 68%, una dinámica similar a las reportadas en diversos estudios a nivel nacional donde el emprendimiento y/o asociatividad en estas poblaciones se ha incrementado por ser una actividad de ocupación o forma de trabajo común, que data históricamente de la época prehispánica. Su evolución ha sido progresiva, y sus ajustes van asociados a los cambios socioeconómicos de estas comunidades. Cabe anotar, que, para el caso de la comunidad raizal, que presentó el 69% del total de estas respuestas, su caracterización se liga a condiciones ancestrales de emprendimiento como las fair table⁸, entre otras actividades. En ese orden de ideas, la recomendación es fomentar el emprendimiento, y desarrollar programas que permitan

⁸ Venta de postres tradicionales y gastronomía nativa en mesas sobre la avenida en los sectores tradicionales liderados por las mujeres.

acentuar la sabiduría y tradición, y de este material, extraer lo necesario para los procesos de emprendimiento, asociatividad y productividad en estas comunidades. Así mismo como proyectar escuelas de trasmisión del conocimiento entre los mayores con jóvenes y niños, puede generar un espacio que incentive las actividades productivas sin desconocer la historia, sus saberes y su lengua como principal patrimonio de esta población. (Pitre-Redondo, R., Cardona-Arbeláez, D., & Hernández-Palma, H. 2017).

En cuanto a discapacidad, el 3% de los miembros adscritos al programa son personas en condición de discapacidad, y reportan tener el registro RLCPD, un espacio que poco a poco ha venido posicionándose, sobre todo en un momento donde la OMS calcula que, en el mundo, el 15% de la población tiene algún tipo de discapacidad. De acuerdo con la Organización Internacional del Trabajo (OIT), las pérdidas económicas de la exclusión de estas personas oscilan entre 3% y 7% del PIB, una cifra que evidencia que hay un talento que se puede aprovechar, y que debe estar visible en los procesos de emprendimiento que se lideren desde la institucionalidad.

Frente a la formalización el 60% no tenían registro Mercantil, y el 40% si, de los cuales 113 reportaron que contaban con Registro Mercantil Activo y vigente a 2020, y 15 con Registro Mercantil Inactivo o desactualizado. Es claro que la formalización continua sienta un tabú al proceso de emprender. Es importante articular estrategias que permitan identificar la formalización empresarial como una oportunidad para generar beneficios para la sociedad, tales como la inserción de más trabajadores al sistema de aseguramiento social (sistema de seguridad social), un mayor cumplimiento de las normas sectoriales que buscan proteger la salud de los consumidores y mayores ingresos tributarios para la inversión pública. Es importante para la siguiente fase de caracterización incluir otros elementos que permita explorar la formalidad como proceso multidimensional, y no como un estado binario. La Formalización Empresarial se entiende como un proceso de varias dimensiones: (1) Entrada. Formalidad asociada con la existencia de la empresa, que incluye los requisitos de Registros empresariales (Registro Mercantil, RUT y NIT). (2) Insumos o Factores de Producción, asociada a los insumos o factores de producción utilizados por la empresa, que incluye los requisitos para el uso de mano de obra (como la contratación formal y aseguramiento de los trabajadores) y el uso de la tierra (como el emplazamiento del negocio y el uso del suelo). (3) Producción y comercialización asociada a los procesos de producción y comercialización de bienes y servicios, que incluye las normas sanitarias, reglamentos técnicos, disposiciones

ambientales y normas propias del sector en el que opera la empresa. (4) Y Tributaria, referente a la inscripción, declaración y pago de impuestos ante entidades como la Dian, Secretaría de Hacienda Departamental o Municipal.⁹

Tendencia de Sectores y Subsectores

Dentro del ecosistema de emprendimiento, el sector económico que aporta el mayor número de empresas fue el de alimento. Fue evidente que las ideas de emprendimiento que se generaron durante la primera ola de la Pandemia Covid-19 se centró en aquellas necesidades y oportunidades que se dieron en el mercado local, y estas obedecieron a aquellos servicio y productos que de desprenden del distanciamiento social; el 35%, representado en 112 emprendimientos o empresas en etapa temprana concentraron su negocio en actividades de alimento, restaurante y bares que ampliaron la oferta en el mercado desde el domicilio o modelos de operación que se adaptan a estos retos; 98 emprendedores, es decir el 31% reportaron actividades de servicios, turismo, y confecciones, sobre todo esta última en insumos de bioseguridad. Luego comercio con 36 actividades de negocio, 22 de logística, decoraciones y detalles, 24 con artesanías y 17 con turismo y servicios complementarios. Del total de participantes solo 5 pertenecían al sector de agricultura y pesca, una participación esperada, dado que el instrumento utilizado fue en línea, y esta población poco acceso o uso hace de estas herramientas; abriendo la necesidad de explorar y mapear este sector.

Estos resultados permiten establecer que hay un sector de la economía que es mucho más rentable en el momento de concebir una idea de negocio en la crisis económica generada por el Covid-19, y que dicha rentabilidad puede ampliarse a través de componentes como: (i) el grado de innovación respecto a sus productos y servicios, y (ii) el mercado en el que incursionan de acuerdo a los factores de producción y gestión, como se plantea Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2014, p.59), y que estas condiciones fueron aprovechadas en el ecosistema. Es claro que un elemento importante de este fenómeno de incremento de emprendimientos en tiempos de Covid-19, se debió a temas de innovación, un elemento vital para la adaptación al cambio y para enfrentar crisis. El desarrollo de esta capacidad de innovación, proveen soluciones a problemas emergentes y crean nuevas demandas mediante el desarrollo de ideas novedosas de negocio (Vesga, et al., 2015, p.67).

⁹ <http://www.mipymes.gov.co/programas/formalizacion-empresarial>

Uso de Redes sociales y herramientas Tecnológicas

Un hallazgo significativo, que deja a un lado imaginarios que por años se han dado en la región, fue el uso de herramientas tecnológicas, sobre todo aquellas que potencializaron el mercadeo y la comercialización, en un momento donde la virtualidad se convirtió en la vía mas segura. Se tiene la percepción que muy pocas pequeñas empresas se encuentran preparadas para sobrellevar una crisis, y mucho menos una como la pandemia de covid-19, que está viviendo el mundo entero. Sin embargo, hoy existen cientos de herramientas tecnológicas, como las redes sociales, que se han convertido en espacios de alivio para seguir comercializando sus productos y servicios, y esta oportunidad no fue ajena al territorio insular; 251 reportaron usar Facebook, 217 Instagram, 46 WhatsApp, 38 Página Web y 11 Twitter, entre otras. Google, según reportes recientes, informa que, en Colombia, el 75 por ciento de los consumidores acuden a internet para iniciar o finalizar un proceso de compra, una gran oportunidad que debe continuar aprovechándose. Hoy el comercio electrónico se ha convertido en una oportunidad gigante para que miles de empresarios den el salto digital y la Pandemia fue la oportunidad. Cabe notar que este reto tecnológico no es fácil en forma repentina. Y hoy existe una oferta institucional que potencializa esta adaptación.

Desarrollo y Crecimiento

Con respeto al proceso de incubación, desarrollo y crecimiento los emprendedores y empresas en etapa temprana identificaron las áreas de interés para priorizar las intervenciones y los acompañamientos. En términos de capacitación los intereses se centran en elementos que les potencialicen sus procesos de facturación. Temas de marketing, fortalecimiento empresarial y canales de distribución y comercialización fueron los principales, luego los temas de innovación y Diseño de productos/servicios; y finalmente Comercio electrónico, Finanzas y Tecnología.

En cuanto a servicios se mantiene la misma línea de preferencia, el primer lugar el acceso y participar a Ferias (252), servicios de asesoría en Fortalecimiento empresarial (239), acceso a capacitaciones y actividades para empresarios (237), socialización y acceso a ofertas de convocatorias regionales y nacionales para fuentes de financiación (214), entrenamiento

especializados (198), ruedas de negocio (194) y formalización (186). Insumos base para las articulación local y nacional al momento de realizar las intervenciones.

VIII. REFERENCIAS

Banco de la República. (2015). Informe de Coyuntura Económica Regional (ICER). San Andrés, Providencia y Santa Catalina.

Cámara de Comercio del Departamento Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina. Julio 2020.

Cámara de Comercio de Bogotá, Así se mueve el emprendimiento en Bogotá – Región. Cámara de Comercio de Bogotá, <https://www.ccb.org.co>

Comisión de Apoyo a Emprendedores y Empresarios [EXECyL] (2014). Emprendedor: qué debes saber sobre... Lean StartUp. Recuperado de <http://segriasec.org/wp-content/uploads/2015/01/ManualLean-Startup.pdf>.

DANE. Actualizado el octubre de 2020

Ernest & Young, Why women-owned businesses can recharge the global economy, <https://www.weconnecteurope.org>

Global Entrepreneurship Monitor (GEM). (2014). GEM Colombia 2014. Bogotá D.C.: Universidad del Norte.

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE). (2016). Startup América Latina 2016. Recuperado de http://www.oecd.org/dev/americas/Startups2016_Sintesis-yrecomendaciones.pdf

James, J. (10 de Julio del 2020). El COVID-19 y sus efectos en la economía del Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina. Universidad Nacional, Periódico Digital.

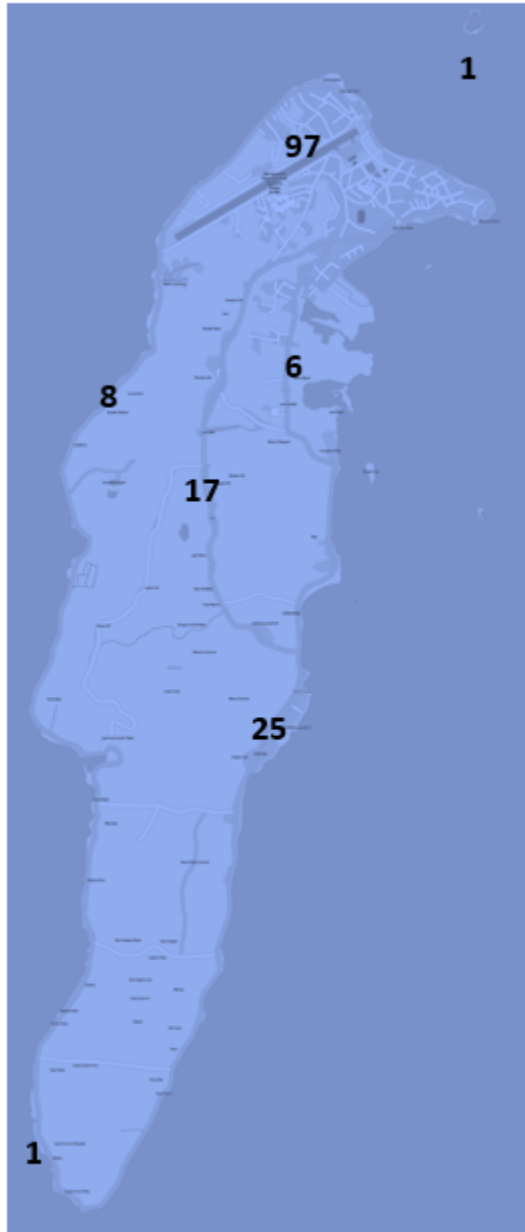
Perfil Económico Departamental. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Oficina de Estudios Económicos. Julio 2020

Vesga, R; Rodríguez, M; Schnarc. D y García, O. (2015). El emprendimiento dinámico en Colombia. Emprendedores en Crecimiento. Bogotá: iNNpulsa.

Pitre-Redondo, R., Cardona-Arbeláez, D., & Hernández-Palma, H. (2017). Proyección del emprendimiento indígena como mecanismo de competitividad en el postconflicto colombiano. Rev.investig.desarro.innov, 7(2), 231-240. doi: 10.19053/20278306.v7.n2.2017.6068

ANEXOS

Anexo 1. Ubicación de Miembros del programa por sectores



NORTE (CENTRICA)	97
BIGTH	6
SAN LUIS	25
CIRCUNVALAR	8
LOMA	17
PUNTA SUR	1
MPA	1
PROVIDENCIA	21
SIN REPORTE	140
Total	316

Agua Manza	1
Caballote	1
Fresh Water Bay	1
Mountain	3
Old Town	6
San Felipe	1
Santa Isabel	5
Maracaibo	1
South West Bay	2
Total	21



TODOS POR UN NUEVO
COMIENZO



GOBERNACIÓN
Departamento Archipiélago
de San Andrés, Providencia y
Santa Catalina