



UNIVERSIDAD
AUTÓNOMA
METROPOLITANA
Unidad Iztapalapa



UNIVERSIDAD
AUTÓNOMA
METROPOLITANA
Unidad Azcapotzalco



XX Congreso Internacional de Análisis Organizacional (XX CIAO)
“Fenómenos organizacionales emergentes en Latinoamérica frente a la crisis global:
Homenaje a Guillermo Ramírez Martínez, 20 años realizando el CIAO”

**La Etapa Post Covid: Resurgimiento de las MiPymes y resiliencia de las familias a
través de intervenciones estratégicas de apoyo**

Mesa Temática: MiPyMes y Empresa Familiar

Modalidad de la ponencia: Presencial

Nombre Completo del Autor(es)

- María Fernanda Cano Herrera 0000-0001-8164-0023
al2173005495@azc.uam.mx
- Jaqueline Patricia Miranda Salazar 0000-0003-4967-5589
jaquelinpms@gmail.com
- Viridiana Contreras Hernández 0000-0002-8946-6127
viricontreras24@gmail.com
- Daniela Rodríguez Resendiz ORCID 0000-0003-1970-2996
danielarodriguezr09@gmail.com

Nacionalidad: Mexicana

Institución de Afiliación: Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Azcapotzalco
Av. San Pablo Xalpa 180, Reynosa Tamaulipas, Azcapotzalco, CP 02200 Ciudad de
México, CDMX

Cartagena de Indias, Bolívar, Colombia, del 3 al 7 de octubre de 2022

La Etapa Post Covid: Resurgimiento de las MiPymes y resiliencia de las familias a través de intervenciones estratégicas de apoyo

Resumen

Hoy en día, nos encontramos haciendo frente a lo que se ha llamado "la nueva normalidad", que como consecuencia de la crisis sanitaria que nos envolvió durante más de dos años, las personas han tenido que adaptarse a cambios drásticos en su vida cotidiana y por supuesto las empresas no son una excepción; es imprescindible reconocer que una de las mayores afectaciones, seguida de la salud, es la económica y es por eso que en el presente trabajo, abordaremos una serie de acciones de acompañamiento estratégico como iniciativa por parte de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Azcapotzalco ante la impactante crisis sanitaria y economía del Covid-19, haciendo un análisis del papel que desempeñan las MIPYMES en nuestra economía y cómo esta situación afectó su funcionamiento.

La UAM creó, ejecutó y mejoró diversos programas de participación social como mecanismo de defensa para que las micros, pequeñas y medianas empresas pudieran subsistir ante dicha situación crítica, centrando los objetivos a estar cerca de la gente (empresarios y emprendedores), mejorar sus empresas, aumentar sus ingresos, aumentar las habilidades tecnológicas de las MiPymes, pero también buscó fortalecer la formación de sus estudiantes.

Si bien es cierto que ahora nos hemos sumergido en una era de digitalización, en la cual las actividades empresariales migraron a una modalidad virtual, desde reuniones hasta el comercio digital, sin embargo, no todos los negocios estaban preparados para este cambio drástico, empezando por la falta de herramientas tecnológicas para poder adaptarse al medio; es aquí cuando pusimos los conocimientos digitales de los alumnos de la universidad a disposición de los empresarios a manera de capacitación y acompañamiento estratégico, puesto que la pandemia los obligó a los nuevos requerimientos del mercado para su permanencia.

Palabras clave: MiPYMES, Estrategia, Covid-19, Apoyo, Empleos.

La importancia de las MiPymes

Si bien es cierto que las MiPymes han estado presentes desde hace ya un buen tiempo en la historia de nuestro país, tal y como hoy las conocemos, las micros, pequeñas y medianas empresas, se caracterizan por tener un personal laboral de 1 trabajador hasta los 250 trabajadores, con una facturación moderada, en donde cuentan con un número límite de trabajadores, no disponen de muchos recursos y la mayoría de estas son personas físicas y no personas morales. Donde comúnmente el dueño es la misma persona que lleve a cabo todas las actividades como la producción, venta, distribución, así como la contabilidad de la empresa entre otras actividades. De igual manera una característica dominante es que la mayoría de ellas están formadas por familias en donde cada participante tiene su labor dentro de ella, muchas veces esto se da por razones de privacidad, desconfianzas o desconocimiento, en donde no se abren a otros socios o al mercado de accionistas. Un dato interesante es que la familia fundadora llega a poseer entre 80 y 100% de la propiedad, ya que esta es hereditaria y promueve el oficio o el conocimiento del negocio a sus futuras generaciones y así cada una aporta algo nuevo a la empresa.

Las Pymes en México son un factor clave para la reactivación económica al representar el 78% del empleo en el país. Según datos del INEGI el 99.8% de las unidades de negocio, pertenecen al segmento de micro, pequeña y mediana empresa, con más de 4.1 millones de empresas que aportan el 42% del Producto Interno Bruto. (PIB).

En América Latina, el surgimiento de las MIPYMES, se dividen en dos vías principalmente: la primera como una empresa con una adecuada estructura, que les permite una adecuada

gestión empresarial y la otra como empresas familiares, en donde son caracterizadas por una gestión, orientada a la supervivencia sin prestar demasiada atención a temas tales como el costo de oportunidad del capital, o la inversión que permite el crecimiento ya que la familia se interesa más en su economía y subsistencia es ahí donde surgen las organizaciones informales.

El INEGI y la Secretaría de Economía en colaboración con la Asociación Mexicana de Secretarios de Desarrollo Económico (AMSDE) presentan los resultados de la Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (ENAPROCE) los datos más actuales son del 2018, la información que nos aportan ayudan para observar con mayor determinación la realidad de la economía de nuestro país y así poder mejorar el desempeño de la política pública, de igual manera con esta se conoce las habilidades gerenciales y de emprendimiento, si ofrecen capacitaciones a sus empleados, forma de registro de su contabilidad y si aceptarían apoyos gubernamentales. A continuación, se muestran los resultados de esta encuesta:

Ilustración 1. Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (ENAPROCE)

Distribución del número de microempresas según su opinión sobre el crecimiento de su negocio, y razón principal por la que no desean que éstos crezcan, 2018

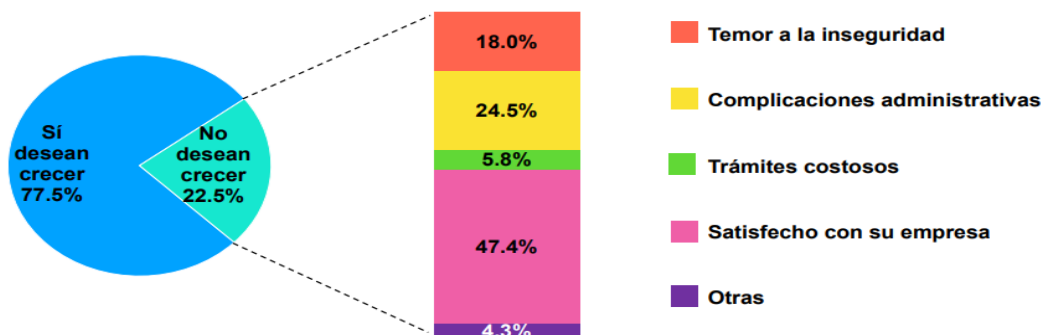


Ilustración 2.. Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (ENAPROCE)

Distribución del número de empresas según la forma de registro de su contabilidad, 2018

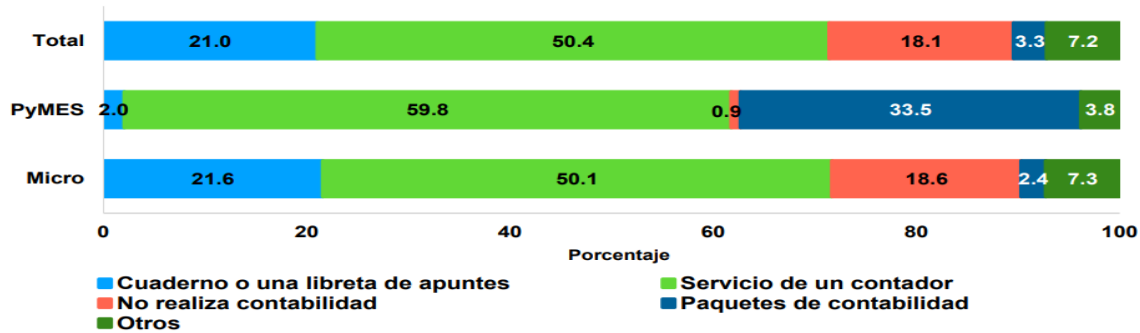
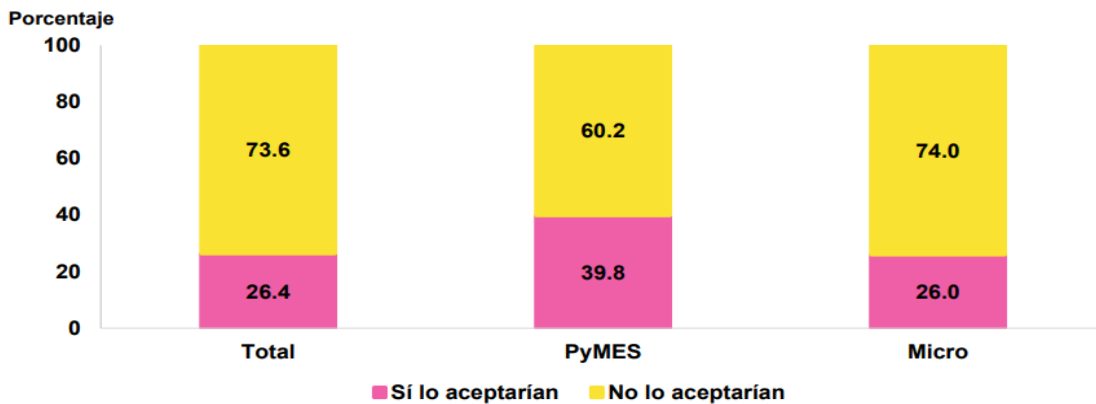
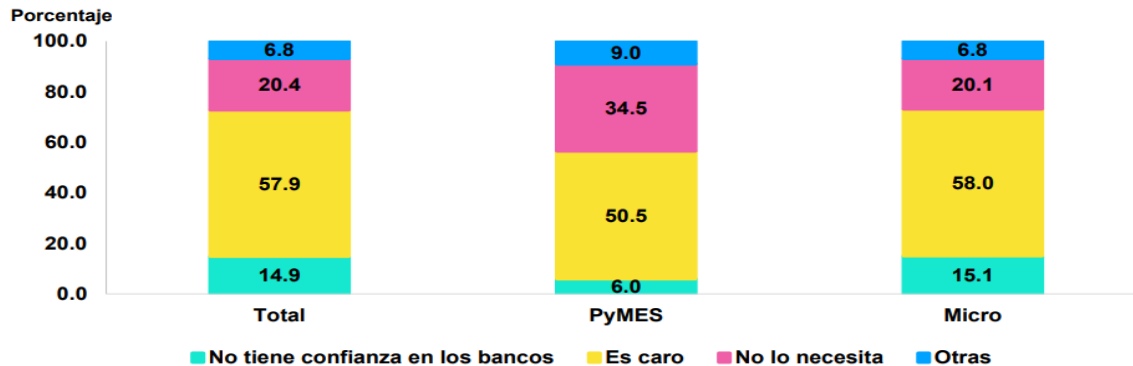


Ilustración 3. Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (ENAPROCE)

Distribución del número de empresas según su decisión ante el ofrecimiento de un crédito bancario, 2018



Distribución del número de empresas que no aceptarían un crédito bancario según la razón para no aceptarlo, 2018



ENAPROCE Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas

La opción Otras incluye: Si quiere, pero no cree que se lo den, Son de muy corto plazo y Son muy pequeños generalmente

Ilustración 4. Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (ENAPROCE)

Ahora bien, hagamos énfasis en el hecho de que las pymes son fundamentales para impulsar la economía nacional, abarcando diferentes sectores, así como cubriendo las necesidades de la población y aportando en gran parte a la fuerza laboral del país, son consideradas totalmente el gran motor de México, por lo que podemos interpretar que sin MiPymes los niveles de desempleo serían aún más elevados en México y, por tanto, también los índices de pobreza.

La Etapa Covid-19

Con la aparición del COVID 19 las MiPymes se vieron afectadas drásticamente, ya que como sabemos la economía mundial se paralizó, la mayoría de los negocios tuvieron que bajar las cortinas, poner pausa a sus actividades y muchos otros cerrar definitivamente, aumentando el desempleo y por consiguiente la economía de las familias. Sin embargo, en este ciclo vimos cómo las familias buscaron la forma para poder solventar sus gastos

del día a día, con eso se observó el nacimiento de muchos negocios, todos estos se tuvieron que adaptar a las nuevas estrategias del mercado, como vender por internet, programar entregas, adaptarse a los métodos de pago por transferencias, o depósitos para no tener mucho contacto con el efectivo.

Según datos de “El Estudio sobre Demografía de los Negocios (EDN) 2021 estimó que, en México, de mayo de 2019 a julio de 2021 nacieron 1.2 millones de establecimientos micro, pequeños y medianos, y 1.6 millones cerraron sus puertas definitivamente”. (INEGI, 2022)

La pandemia cambió la vida social, afectó la salud, provocó la desaparición de un gran número de empresas y con ello un aumento significativo del índice de desempleo en el país, sin duda se generó un fenómeno para el cual nadie estaba preparado para enfrentar, por esta razón es relevante mantener una estrecha vinculación entre las dependencias de gobierno, cámaras empresariales, Instituciones financieras y las empresas para que, en conjunto se generen acciones, se establezcan medidas y mecanismos de apoyo que salvaguarden la supervivencia y crecimiento de las PYMES en tiempo de pandemia.

Entre las políticas de apoyo que requieren las empresas Pymes, están:

- Mejora regulatoria. Simplificación de trámites.
- Falta de financiamiento o acceso a créditos con tasas de interés mínimas.
- Apoyos fiscales. Facilidad para pagar impuestos. Algunos ejemplos: que las Pymes puedan hacer sus declaraciones y pago de impuestos de forma trimestral, deducir el 100% de las prestaciones a los trabajadores, depreciación acelerada en inversión de equipo.

Intervenciones estratégicas: UAM Azcapotzalco

Desde antes de la pandemia en la UAM Azcapotzalco se venía trabajando con proyectos como UAMedia tu empresa, con el objetivo de apoyar y brindar acompañamiento a pequeños negocios en el mundo digital, con la pandemia este proyecto se fue transformado convirtiéndose en primer instancia en UAMipyme VS Covid 19 donde el Objetivo general es el apoyo a micro, pequeñas y medianas empresas, cooperativas o profesionistas que estén en situación de vulnerabilidad a causa de la pandemia por el virus SARS-CoV (covid19) a través de procesos de intervención estratégica.

Sus objetivos específicos son:

1. Innovar en empresas ya existentes, fomentar el emprendedurismo
2. Fortalecer sus redes comerciales digitales a través de estrategias digitales. Digitalizar los negocios y nuevos emprendimientos para ampliar su mercado, aperturar el mercado nacional a través de ventas virtuales.

3. Impulsar las capacidades organizacionales y personales de las organizaciones:
Capacitar a los emprendedores mediante cursos, talleres, seminarios y otros mecanismos en temas diversos con la finalidad de que puedan llevar a cabo lo aprendido en sus negocios.
4. Acompañamiento, asesoría en actividades profesionales y apoyo solidario permanente.

La primera generación se conformó de 40 alumnos los cuales el 70% fueron mujeres y el resto hombres, la mayoría de los alumnos eran de la carrera de administración, pero se tuvo la participación de diversas carreras como ingeniería Química, Diseño, Economía entre otras.

Lo que se realizaba en este proyecto era ofrecer un acompañamiento a los pequeños negocios que se vieron afectados por la Covid 19, en principio, se buscaba un negocio que necesitaba ayuda, que estuviera en peligro de desaparecer, o que nació a partir del panorama que se estaba viviendo, se realizaba un análisis del estado del negocio para posteriormente realizar una planeación de trabajo, el acompañamiento consistía en un tiempo de 3 meses, por parte de la universidad se impartieron cursos, todos estos buscando que el monitor y los dueños de negocios se capacitaran y posteriormente pudieran seguir con el crecimiento de su negocio de manera personal, alguno de los cursos que se dieron fueron los siguientes.

- Principios del Community manager,
- Diseño para no diseñadores: Uso de Canva
- Atención al cliente: Convertir usuarios en ventas,

- Principios generales de la fotografía del producto,
- Copywriting, y
- Métodos de pago para las Mipymes.

Al finalizar estos cursos la universidad emitió una constancia para cada uno de los participantes. De la misma manera los estudiantes de la UAM Azcapotzalco que participaron en este proyecto lograron llevar a la práctica lo aprendido en su carrera con un negocio real, generando con ello experiencia para poder desarrollar de mejor manera las actividades aprendidas en el proyecto, capacitándose de cómo se debe llevar una pyme y así a un futuro se pudiera incentivar la economía nacional a través del emprendimiento de los monitores. Por otra parte, los monitores realizaron actividades de diseño de publicaciones utilizando lo aprendido en los cursos, estrategias de venta en redes sociales, darle valor agregado al producto, etc. además de que sus negocios los compartían con amigos, conocidos, familiares y en grupos vecinales para que así pudiera llegar a más personas e incrementar las ventas del negocio apoyado.

Una de las ventajas de este proyecto era la practicidad del apoyo a las empresas, pues la mayor parte de desarrollo se manejaba en redes sociales, ya que es un medio que la mayor parte de la población ocupa en su día a día, y durante la pandemia se convirtió en el mecanismo de ventas con el e-commerce considerando con ello un aumento del conocimiento de la misma pyme, así como una posibilidad de venta mayor que la que se consideraba de manera física.

Metodología de trabajo

Herramientas

Cédula de Seguimiento

La cédula de seguimiento es un documento informativo sobre la empresa, inicia con una pequeña entrevista para conocer la información esencial de la empresa, la forma de trabajar, sus fortalezas y limitaciones, posteriormente se hace un análisis de indagación de necesidades el cual es muy importante, ya que se busca identificar las áreas de oportunidad a través de un mapeo extenso de la organización, para que finalmente el alumno construyera conjuntamente con el dueño del negocio la instrumentación estratégica con los pasos a seguir.

Llenado de la Cédula de seguimiento

Llenado de la cédula de seguimiento la cual deberá contener la siguiente información:

- Nombre de la persona física o moral
- Problemática
- Diagnóstico
- Instrumentación estratégica:
 - Objetivo 1
 - Estrategia
 - Metas
 - Indicadores
 - Objetivo 2
 - Estrategia
 - Metas
 - Indicadores

Fuente: elaboración propia

Esta cedula se complementaba mensualmente entregando un informe detallado de todo lo que se había realizado en ese periodo con la finalidad de ver el trabajo de los monitores, en estos informes observábamos las publicaciones que diseñaron, las ideas que implementaron, las que estaban trabajando y las futuras propuestas para el negocio.

Tabla Cromática

Facebook, un sitio web, Instagram y WhatsApp son los principales canales de venta de las pequeñas empresas; sin embargo, Amazon y Mercado libre encabezan la lista de plataformas no propias debido a que la interfaz es amigable con Smart phones y permite una mejor logística de entrega y pago en línea.

Cada semana deberán informar a la coordinadora de su bloque mediante su respectivo grupo de WhatsApp los indicadores de desempeño (nuevos socios, # de post, # de likes, # de pedidos y # clientes).

Ejemplo de llenado de la tabla cromática

INSTRUMENTACIÓN ESTRATÉGICA- IMPACTO				ALTO	BUENO	REGULAR	BAJO	NULO		
--------------------------------------	--	--	--	------	-------	---------	------	------	--	--

#	NOMBRES	EMPRESA	ALCANCES	S-1	S-2	S-3	S-4	S-5	S-6	S-7	IMPACTO
1.	Alumno UG Alumno UAM	Estética Merlín	POSTS	2	3	15	6	4	6	4	
			Amigos	10	+10	+48	+23	+60	+4	+3	
			Likes	0	4	368	141	104	105	74	
			Pedidos	4	0	5	13	18	11	9	
			Clientes	4	0	3	7	13	8	9	

Fuente: elaboración propia

Todos los monitores participantes trabajaban bajo la supervisión de una coordinadora o coordinador de bloque el cual tenía a su cargo un mínimo de 10 personas, a su vez estos

coordinadores estaban supervisados por una coordinadora general. Los monitores tenían que entregar semanalmente informes que consistían en (Cuantos Posts se publican en cada red social que el negocio manejaba, cuantas reacciones tuvieron esas publicaciones, cuantos likes obtuvo la página, cuantas ventas obtuvo en esa semana y cuántas de esas ventas eran clientes nuevos), estos datos se vaciaban en una tabla cromática (obsérvese tabla 1) donde el coordinador del bloque evaluaba el avance del monitor, esto se realizaba por medio de cuatro colores, los cuales se clasificaban de la siguiente manera:

Azul: Impacto alto

Verde: Impacto bueno

Amarillo: Impacto regular

Naranja: Impacto bajo

Rojo: Impacto Nulo

Para dicha asignación, se realizó una estrategia, donde las empresas eran evaluadas individualmente, ya que se tiene en mente que no se puede evaluar de la misma manera por ejemplo a un negocio de comida que a un negocio de mueble etc. por lo cual cada empresa se evaluaba conforme a su evolución.

Mercado Social y Solidario Digital

A través del Mercado Social y Solidario Digital, se dio a conocer al público en general, los negocios inscritos y beneficiados por el proyecto de Innova y Emprende. Dar difusión para generar un mayor alcance a los mismos. Mantenemos las redes sociales de Mercado Social y Solidario Digital, con la finalidad de que día a día se dé a conocer uno de los

Resurgimiento de las MiPymes

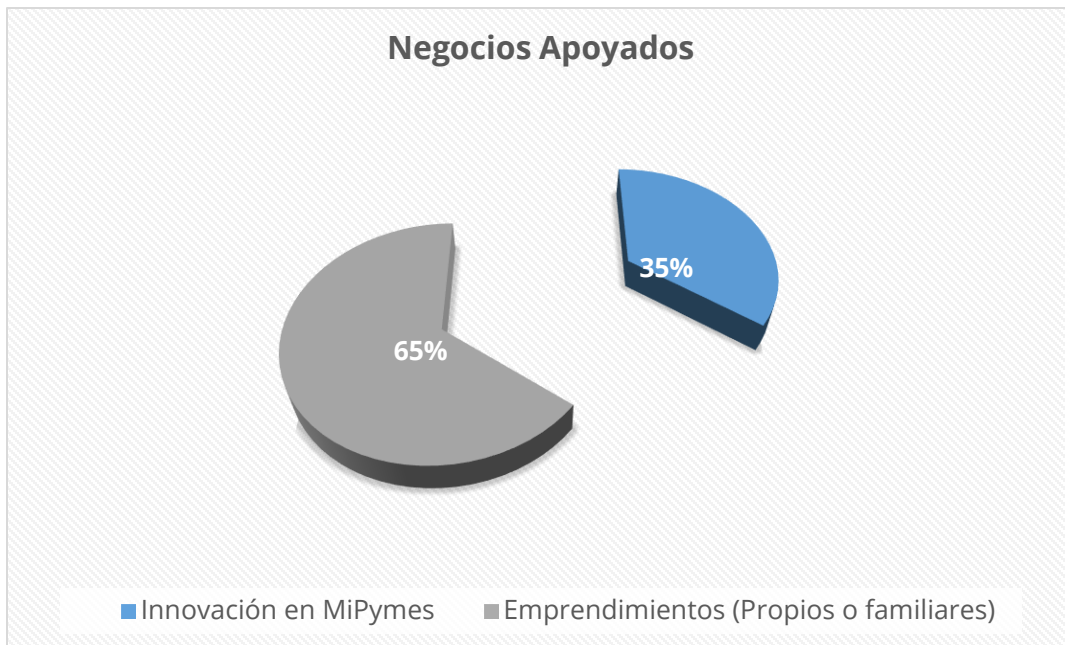
negocios que están dentro del proyecto y procuramos que también conozcan al alumno que está detrás del emprendimiento

Página de Facebook, Mercado social y Solitario Digital



Fuente: elaboración propia

Negocios Apoyados durante la Pandemia



Fuente: elaboración propia

El crecimiento de este Proyecto logró que se pudiera expandir haciendo el proyecto *UAMipyme VS Covid internacional*, evolucionando a *Innova y Emprende*.

En el transcurso del proyecto observamos a familias que crecieron personal y económicamente, también obtuvimos casos de personas que querían rendirse por la incertidumbre que se vivía en el mundo, pero con el apoyo otorgado no tiraron la toalla y hoy en día siguen con su negocio haciéndolo crecer todos los días.

Estos proyectos de intervención estratégica para las empresas en estado de vulnerabilidad, dio como resultado apoyo a más de 700 empresas en sus primeras modalidades, en las cuales la mayoría de los alumnos trabajaban con sus propios emprendimientos o negocios familiares, representando así un 65% de los negocios y el otro 35% a empresas ya existentes en el mercado.

A pesar de los grandes e impactantes resultados obtenidos, además de un sinnúmero de agradecimientos y satisfacción de labor social por partes de los alumnos; se ha buscado seguir implementando el proyecto a manera de que sea más flexible y pueda adaptarse a las necesidades de cada empresa; un punto importante y reflexivo es el poder apoyar a las empresas para que puedan formalizarse en su totalidad, ya que esto trae consigo mayores beneficios para su desarrollo organizacional.

Resurgimiento de las MiPymes

10	Hernández Chávez Germán Ulises	ESTUDIO DE BELLEZA "MAE24"	INSTAGRAM	POST/Flyers	0	1	2	3	2	2	6	1	3	4	4	6	4	2	3	2	0	3	4	3	4	3	4	3	
				Amigos	33	34	42	45	46	48	84	54	60	61	64	68	71	71	71	71	71	71	0	71	71	73	74	74	74
				Likes	0	6	28	37	25	19	54	13	30	45	53	58	48	37	30	26	38	0	48	56	42	56	36	36	36
				Pedidos	0	1	2	2	0	1	1	1	0	0	4	1	4	2	0	2	1	0	3	4	3	3	3	3	3
				Cientes nuevos	0	1	1	1	0	2	4	1	0	2	2	3	3	1	0	3	0	0	0	0	0	2	0	0	2
11	Herrera Juarez Gabriela Fernanda	HER CLOSET FK	INSTAGRAM	POST/Flyers	15	10	4	6	27	26	5	27	3	21	21	15	8	28	1	24	21	24	0	12	0	21	27		
				Amigos	900	912	921	919	937	936	946	951	950	995	1032	1030	1030	1035	1039	1062	1068	1080	1071	1080	1081	1083	1090	1090	
				Likes	263	20	12	32	250	238	16	319	5	191	305	130	0	362	12	314	371	228	0	174	0	273	365	365	
				Pedidos	9	2	1	4	10	4	5	10	1	5	6	8	2	13	0	9	12	12	3	5	3	9	15	15	
				Cientes nuevos	8	2	1	4	4	2	2	2	0	2	0	0	0	2	0	3	0	3	0	2	0	3	5	5	5
12	Mejía Sandoval Yan Alejandro	AC COSMETICS	INSTAGRAM	POST/Flyers	5	4	6	5	12	8	10	8	9	10	8	10	9	9	8	9	10	8	7	6	8	8	7	7	
				Amigos	7	12	10	14	10	17	22	23	26	29	30	33	35	38	39	42	40	52	65	70	87	88	90	90	
				Likes	18	20	18	19	20	10	15	19	15	20	18	15	18	8	19	15	20	18	14	10	5	9	1	1	
				Pedidos	1	3	2	5	20	12	14	8	5	8	10	4	5	8	8	5	8	10	5	2	4	2	8	8	
				Cientes nuevos	1	5	5	10	9	5	6	2	8	8	10	2	2	1	2	8	8	10	5	2	3	2	10	10	10
13	Méndez Cruz Diana	The pink box bakery	FACEBOOK	POST/Flyers	1	2	1	0	1	4	6	4	0	2	1	4	4	1	2	0	2	1	2	2	2	1	1	1	
				Amigos	500	506	508	510	520	583	580	590	590	680	690	700	740	790	800	850	875	910	950	981	981	999	1052	1052	
				Likes	5	10	2	0	0	219	269	132	0	144	4	506	128	118	4	0	228	2	257	11	7	2	586	586	
				Pedidos	2	0	5	1	2	1	2	3	0	5	1	2	3	1	1	0	2	1	2	10	1	1	2	2	
				Cientes nuevos	0	0	0	0	0	1	2	1	0	3	0	1	0	0	0	0	1	0	2	3	1	1	0	0	0
14	Macías Gomez Julian	Los Ciruelos	FACEBOOK	POST/Flyers	1	2	1	1	2	1	3	5	2	9	8	6	9	5	11	8	11	8	10	12	10	5	13	13	
				Amigos	0	1	1	2	3	2	4	5	5	7	6	5	7	8	8	8	8	9	9	9	9	9	9	9	
				Likes	0	1	1	2	4	3	5	6	3	8	7	3	8	5	5	3	6	5	5	7	5	3	8	8	
				Pedidos	0	0	0	0	0	1	2	4	2	6	5	1	6	2	7	5	7	4	5	7	2	5	7	7	
				Cientes nuevos	0	0	0	0	1	2	3	4	2	5	4	1	5	3	7	5	8	4	5	7	2	5	9	9	9
15	Martínez Ambriz Laura Elena	Cochivac hes1221	FACEBOOK	POST/Flyers	1	14	1	1	2	2	1	2	3	4	2	4	2	3	1	2	2	6	4	2	4	6	2	2	
				Amigos	1	76	100	116	150	165	178	190	198	205	208	218	223	225	227	235	237	238	248	248	259	267	267	267	
				Likes	6	18	2	9	61	56	18	34	39	52	16	58	34	35	10	20	21	56	44	13	32	64	16	16	
				Pedidos	0	2	1	4	3	0	0	3	4	7	2	2	0	2	1	0	0	3	1	0	1	1	2	2	
				Cientes nuevos	0	2	1	3	2	0	0	1	1	2	2	0	0	1	1	0	0	3	1	0	1	1	2	2	2
16	Martínez Campo Ostín Uriel	PC - laser	FACEBOOK	POST/Flyers	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0	1	1	5	4	1	0	0	2	4	3	3	1	1		
				Amigos	1	6	11	12	50	55	57	60	60	62	64	64	68	68	70	70	70	75	77	82	85	86	86	86	
				Likes	2	3	3	32	12	5	0	0	3	1	2	3	2	2	0	0	0	0	0	5	2	2	2	2	
				Pedidos	0	0	0	2	2	1	1	5	1	0	3	0	2	0	1	1	3	0	2	1	5	6	2	2	
				Cientes nuevos	1	5	7	8	6	1	0	2	0	3	6	1	3	2	0	1	1	0	4	1	3	1	2	2	2
17	Martínez de Jesús Montserrat Alejandra	Reposter ía "Lujita"	FACEBOOK	POST/Flyers	0	0	2	4	1	2	2	1	1	0	1	1	2	2	0	0	1	0	2	1	3	1	3		
				Amigos	103	109	119	121	131	135	138	139	141	141	143	144	147	149	149	149	149	150	151	152	153	153	153		
				Likes	0	0	4	27	14	28	36	16	9	0	9	9	10	10	0	7	0	8	5	14	10	11	11	11	
				Pedidos	0	0	0	0	20	18	24	0	0	0	22	20	42	16	0	0	10	12	0	10	4	8	8	8	
				Cientes nuevos	0	1	1	2	4	1	3	0	0	0	3	3	10	4	0	3	0	3	0	3	0	2	1	3	3
18	MENDOZA LUCIANO PEDRO JONATHAN	JONED ESTUDIO	FACEBOOK	POST/Flyers	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
				Amigos	66	99	103	109	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	
				Likes	0	16	33	36	30	26	16	32	37	40	16	42	47	30	22	20	36	26	40	35	43	47	50	50	
				Pedidos	1	5	6	4	3	4	2	5	8	5	6	5	7	5	3	4	6	3	4	4	7	3	5	5	
				Cientes nuevos	0	2	3	1	0	1	1	1	6	5	3	4	4	2	2	1	5	2	2	2	2	3	5	5	5
19	MEZA ALONSO MARYCRUZ	PRACTIHOGAR	FACEBOOK	POST/Flyers	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
				Amigos	176	179	181	183	185	185	189	189	191	192	202	220	237	250	295	270	274	277	281	283	285	286	288	288	
				Likes	0	7	13	15	6	0	6	15	16	9	38	10	13	16	15	10	19	33	20	15	16	6	6	6	
				Pedidos	1	1	5	1	1	2	1	1	1	1	1	4	4	1	5	2	3	3	4	1	2	1	1	1	
				Cientes nuevos	2	1	5	1	1	2	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	3	2	2	1	0	1	0	0	
19	MEZA ALONSO MARYCRUZ	PRACTIHOGAR	INSTAGRAM	POST/Flyers	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1		
				Likes	117	123	130	135	142	143	150	152	152	152	162	176	187	195	249	249	250	255	264	265	269	269	269	269	

Resurgimiento de las MiPymes

20	MILPA NARVÁEZ MARIO ALBERTO	DECO MÉXICO	FACEBOOK	POST/Flyers	0	0	1	1	0	1	0	0	0	0	3	3	3	2	3	1	2	1	3	2	3	1	3	
				Amigos	243	246	247	247	248	250	250	252	253	255	280	282	282	282	283	285	285	288	300	310	310	328	235	350
				Likes	0	0	7	10	0	9	0	0	0	0	29	29	38	20	26	22	25	24	22	26	20	19	23	23
				Pedidos	2	8	6	6	5	6	2	4	5	6	8	10	7	2	2	3	2	1	7	4	8	6	9	9
				Clientes nuevos	2	5	6	6	5	5	2	4	5	5	6	10	7	2	2	1	2	0	7	4	7	2	7	9
21	MOJICA ARAUJO KAREN YARENI	EL RINCÓN DE LOS REMIENDITOS	FACEBOOK	POST/Flyers	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
				Amigos	66	70	72	72	73	75	77	78	78	85	85	85	85	85	85	86	86	86	86	86	86	86	86	86
				Likes	2	5	4	4	5	0	14	0	14	9	13	4	0	2	6	4	4	6	5	5	7	2	8	
				Pedidos	4	1	0	1	0	1	0	2	1	3	6	1	4	2	2	1	3	1	1	2	2	1	1	1
				Clientes nuevos	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	1	0	2	1	1	1	1
22	MOLINA GARDUÑO LARISSA ALEXIS	UN DESTELLO DE AMOR	FACEBOOK	POST/Flyers	2	0	5	3	5	3	2	2	2	4	2	2	3	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	
				Amigos	6	19	30	38	45	51	61	65	67	68	71	73	73	73	73	73	70	71	71	71	71	71	72	
				Likes	10	0	47	25	28	35	45	18	9	17	11	15	5	5	10	2	7	2	9	4	2	3	1	
				Pedidos	0	0	3	0	10	1	0	0	1	1	21	1	1	0	1	0	0	1	1	1	0	0	1	1
				Clientes nuevos	0	0	3	0	8	1	0	0	1	1	1	1	1	0	1	0	0	1	1	1	0	0	1	1
23	MONROY ESTRADA ALEXIS JAZMÍN	THE BIG CITY SHOP	FACEBOOK	POST/Flyers	3	5	3	1	1	0	2	2	0	1	1	3	4	0	1	2	1	1	1	0	1	1	1	
				Amigos	24	56	70	80	85	89	92	98	102	105	105	109	110	111	110	115	110	111	111	111	111	111	111	
				Likes	8	29	17	5	7	0	28	7	0	4	5	6	8	3	0	4	5	2	3	3	0	3	0	4
				Pedidos	0	10	11	8	6	5	3	2	2	1	4	6	1	3	6	6	3	0	0	2	1	3	2	1
				Clientes nuevos	0	10	6	5	4	3	2	2	2	1	2	2	0	1	2	2	0	0	0	1	1	3	1	1
24	MORALES MORALES VIVIANA	BAZAR DEL EXTRAÑO MUNDO DE JACK	FACEBOOK	POST/Flyers	4	10	12	3	2	1	6	2	4	22	2	17	9	4	9	5	6	4	8	5	5	10	15	
				Amigos	18882	19013	19017	19025	20023	20174	20397	20439	20481	20597	20771	20589	20922	20999	21092	21150	21216	21250	21395	21400	21628	21680	21708	
				Likes	126	335	625	200	80	61	374	144	94	1706	88	1480	795	500	863	800	669	435	788	589	750	678	1119	
				Pedidos	15	20	10	14	10	8	15	10	13	20	12	20	12	10	26	10	15	20	17	15	10	12	9	15
				Clientes nuevos	7	10	4	2	3	2	5	6	4	10	4	10	12	9	6	17	8	9	4	8	3	5	5	5
25	MORALES NÁJERA LUIS ALEJANDRO	ARTEZA QUILTING	FACEBOOK	POST/Flyers	2	2	2	2	2	0	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
				Amigos	20	30	40	45	55	65	70	75	80	85	89	99	100	105	110	101	103	113	113	119	120	124	129	
				Likes	5	17	7	8	13	0	15	8	9	17	4	10	4	5	6	8	5	5	10	10	10	7	5	
				Pedidos	2	2	2	3	4	3	2	3	3	2	1	4	2	1	1	1	3	2	3	1	4	3	2	2
				Clientes nuevos	2	2	2	3	4	3	1	2	3	1	1	4	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2
26	MORALES ZEPEDA AURORA YOATZIN	AILY KAWAII	FACEBOOK	POST/Flyers	1	3	2	2	2	1	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	1	1	1	2	1	
				Amigos	90	94	100	103	105	107	109	110	112	114	114	115	117	118	119	120	121	123	124	125	126	127	128	
				Likes	8	27	28	30	16	9	10	17	17	10	17	10	11	18	10	15	10	18	9	10	10	7	9	
				Pedidos	1	10	12	8	9	3	4	5	3	5	4	3	1	1	3	3	4	4	4	2	3	1	2	2
				Clientes nuevos	1	6	6	5	9	3	2	5	3	5	3	3	1	1	2	1	4	1	3	1	3	1	2	2
27	Moreno Hernández María del Carmen	Siwa Shop	INSTAGRAM	POST/Flyers	0	0	4	2	7	4	3	4	3	7	4	5	3	2	0	1	3	2	3	3	4	2	2	
				Amigos	11	12	28	29	28	28	28	30	46	47	37	37	37	37	38	40	40	41	43	44	44	44	45	45
				Likes	0	0	9	5	29	15	10	7	8	9	8	12	5	5	0	4	5	4	6	8	7	5	4	4
				Pedidos	0	0	4	3	1	1	3	2	1	0	0	1	1	1	0	0	1	2	2	1	1	1	1	2
				Clientes nuevos	0	0	4	1	1	1	1	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0
28	Olguín Rodríguez Alondra Guadalupe	La Bici Burra	FACEBOOK	POST/Flyers	2	4	4	2	2	1	1	4	1	2	1	2	1	1	2	1	2	2	2	1	2	0	1	
				Amigos	476	498	503	512	516	523	530	532	537	540	541	548	549	550	551	552	554	550	553	554	555	555	556	
				Likes	50	42	43	39	53	31	17	64	11	36	14	30	14	10	13	8	13	12	11	28	20	10	10	
				Pedidos	1	2	2	0	0	0	1	5	5	8	4	5	2	1	3	2	2	2	2	2	2	2	0	3
				Clientes nuevos	6	5	1	1	0	0	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	2	1	1	0	0	0	2
29	MORALES MORALES VIVIANA	BAZAR DEL EXTRAÑO MUNDO DE JACK	TIKTOK	POST/Flyers	1	0	1	1	0	0	3	2	12	8	6	7	6	2	2	8	4	4	4	5	3	6	6	
				Amigos	13500	13485	13487	13487	13487	13490	14965	15264	15451	15505	16024	16291	16871	16890	16988	17300	17599	18750	19765	20890	21967	22890	23285	
				Likes	25	6	88	241	6	0	13361	77	1949	2509	2772	4308	1500	718	1580	3053	5480	10120	3520	12063	2510	2000	2000	
				Amigos	13500	13485	13487	13487	13487	13490	14965	15264	15451	15505	16024	16291	16871	16890	16988	17300	17599	18750	19765	20890	21967	22890	23285	
				Likes	25	6	88	241	6	0	13361	77	1949	2509	2772	4308	1500	718	1580	3053	5480	10120	3520	12063	2510	2000	2000	

Fuente: Elaboración propia

Sin duda, todas las MiPymes que sobrevivieron lograron demostrar un nivel de resiliencia muy grande, aferrándose al trabajo que sustenta su forma e vivir día con día y asegurando los empleos generados; si bien, nos espera un largo periodo de recuperación ante esta crisis sanitaria, pero no debemos perder el hecho de que vivimos en un mundo lleno de incertidumbre y debemos estar preparados ante cualquier tipo de contingencia, por lo que invitamos a todas las MiPymes a la creación de planes emergentes.

Nuevos retos para las MiPymes:

- Ser preventivos
- Digitalizar sus procesos
- Constante innovación
- Mejora continua
- Alianzas entre sectores

CONCLUSIÓN

Las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes) son el principal motor del desarrollo económico de México en donde se reconoce el esfuerzo de las personas con habilidades de emprendimiento ya que han demostrado que gracias a la creación de estas mismas se ha dado la opción de generar empleos, de obtener alternativas de desarrollo para poder dar solución a los problemas económicos y sociales y así como mejorar la calidad de sus vidas a ellos y sus familias. Por eso es necesario crear en la sociedad una cultura emprendedora que aliente la creación de nuevas empresas, y que no solo lo hagan por solventar o por sobrevivir, si no que tenga potencial de crecimiento, que vaya más allá del solo vender. Por eso la UAM se dio a la tarea de desarrollar programas de formación emprendedora, con la aportación de cursos, talleres, conferencias y lo principal el apoyo para que así se aliente la creatividad y la innovación del emprendedor. Fomentando ese espíritu a través de nuestra institución la Universidad Autónoma Metropolitana y buscar siempre nuevas estrategias de aprendizaje para nuestros alumnos emprendedores.

Lista de referencias

Saavedra, M. L., & Hernández, Y. (2008). Caracterización e importancia de las MIPYMES en Latinoamérica: Un estudio comparativo. *Actualidad contable faces*, 11(17), 122-134.

de Villegas, J. A. V. D., & Soto, G. A. S. (2012). Las MIPYMES en el contexto mundial: sus particularidades en México. *Iberóforum. Revista de Ciencias Sociales de la Universidad Iberoamericana*, 7(14), 126-156.

Chiatchoua, C., Lozano, C., & Macías-Durán, J. (2020). Análisis de los efectos del COVID-19 en la economía mexicana. *Revista del Centro de Investigación de la Universidad la Salle*, 14(53), 265-290.

INEGI,(2021), *EL INEGI PRESENTA LOS RESULTADOS DEL ESTUDIO SOBRE LA DEMOGRAFÍA DE LOS NEGOCIOS 2021*,Recuperado el 24 de agosto del 2022 de:
https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2021/EDN/EDN_2021.pdf

INEGI, (2022), “*DEMOGRAFÍA DE LOS ESTABLECIMIENTOS MIPYME EN EL CONTEXTO DE LA PANDEMIA POR COVID-19*” Recuperado el 24 de agosto del 2022 de:
https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2022/EAP_Demog_MIPYME22.pdf

Desconocido, (1-marzo-2018) Las MiPyME en México: retos y oportunidades,
Recuperado el 24 de agosto del 2022 de: <https://www.inadem.gob.mx/las-mipyme-en-mexico-retos-y-oportunidades/>

Desconocido, INEGI presenta resultados de la Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las MIPYMES (ENAPROCE) 2018 Recuperado el 25 de agosto del 2022 de: <https://www.gob.mx/se/prensa/inegi-presenta->resultados-de-la-encuesta-nacional-sobre-productividad-y-competitividad-de-las-mipymes-enaproce-2018-215878>