



**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”

Desafíos, cambios y adaptabilidad de la MIPYME a causa de la pandemia del COVID

19: Experiencia UAMedia Internacional en el proyecto, "MIPYME VS COVID en Latinoamérica"

Responsabilidad e innovación social para la sostenibilidad, cambio tecnológico y transformación digital

Modalidad de la ponencia: Temática

Karla Xiomara Hernández Sánchez<sup>1</sup>

0000-0002-9071-3666

Mexicana

[karlaxiomara40211@gmail.com](mailto:karlaxiomara40211@gmail.com)

Laura Itzel Erazo Hernández

0000-0003-1019-5131

Mexicana

[laau.eh98@gmail.com](mailto:laau.eh98@gmail.com)

América Pelayo Ramírez

0000-0002-3012-2901

Mexicana

[americapelayoramirez@gmail.com](mailto:americapelayoramirez@gmail.com)

Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Azcapotzalco  
Av San Pablo Xalpa 180, Reynosa Tamaulipas, Azcapotzalco, 02200 Ciudad de México

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

---

<sup>1</sup> Autor responsable de la comunicación

**Desafíos, cambios y adaptabilidad de la MIPYME a causa de la pandemia del COVID 19: Experiencia UAMedia Internacional en el proyecto, "MIPYME VS COVID en Latinoamérica".**

**Resumen**

Buscar la democratización del conocimiento entre la comunidad universitaria y la sociedad ante la pandemia que no solo ha afectado al país, si no al mundo entero, es determinante, por lo cual UAMedia como respuesta institucional de la Universidad Autónoma Metropolitana, en convenio con demás instituciones de Latinoamérica, han llevado a cabo el proyecto "UAMedia Internacional", dentro del cual se encuentra el programa "MiPyMe VS COVID en Latinoamérica", este es un programa de intervención estratégica y de acompañamiento a las micro, pequeñas y medianas empresas, que se encuentran en situación de vulnerabilidad por la pandemia del COVID-19, el cual ofrece capacitación con cursos, talleres y conferencias, que benefician no solo a los empresarios participantes, sino a todos los estudiantes que colaboran con ellos. Esta intervención estratégica tiene como objetivo, la transferencia tecnológica, la digitalización de redes comerciales, la capacitación y el acompañamiento hombro a hombro estudiantes-microempresarios. Como una respuesta resiliente ante la crisis de la pandemia, este proyecto ha apoyado a más de 1300 MiPymes de México y países de Latinoamérica, como los son Chile, Perú, Bolivia, Ecuador, Paraguay, Colombia y Honduras, generando un impacto económico, académico, social y solidario.

**Palabras clave:** Democratización, microempresas, intervención, digitalización.

**Desafíos, cambios y adaptabilidad de la MIPYME a causa de la pandemia del COVID 19: Experiencia UAMedia Internacional en el proyecto, "MIPYME VS COVID en Latinoamérica".**

**Desde nuestro inicio**

UAMedia tiene un papel determinante desde su inicio, ya que es un programa de la Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Azcapotzalco que surge en el año 2017 en el Departamento de Administración, para posteriormente ser respaldado por la División de Ciencias Sociales y Humanidades y finalmente por la Rectoría de Unidad. Desde su origen, este proyecto ha tenido los siguientes ejes rectores: Incluyente, horizontal y abierto a las nuevas ideas, para su crecimiento y éxito en todas las formas en las que se desarrolla, teniendo como objetivo principal la democratización del conocimiento.

Actualmente UAMedia ha beneficiado a más de 50,000 usuarios, no solo de México sino de otros países tales como, Perú, Ecuador, Colombia, Paraguay, Bolivia, Honduras, Canadá, entre otros.

Gracias a la colaboración de todo el equipo, se ha propiciado un intercambio no solo de ideas, sino de cultura y estrategias, que ayudan a obtener resultados exitosos y enriquecedores.

Con el surgimiento de UAMedia Internacional, se han creado vínculos académicos fuertes que benefician no solo a las universidades participantes, sino a la sociedad en general. Con el programa "MiPyMe VS COVID en Latinoamérica" se han fortalecido las economías fracturadas por la pandemia, de las familias que viven y tienen como único sustento una MiPyMe.

Sin embargo, esto no ha sido solo un fortalecimiento económico, es importante mencionar que el acompañamiento que se les brinda, desde el primer momento tiene como objetivo que el microempresario sienta un apoyo, que le brinde seguridad, fuerza y confianza para seguir adelante, que muchas veces es difícil de tener cuando enfrentan situaciones complicadas, como lo fue la crisis por la pandemia, además con este acompañamiento ellos adquieren habilidades y capacidad para adaptarse a las condiciones venideras.

### **Crisis ante la pandemia del COVID 19**

Durante el 2020, el mundo enfrentó una situación complicada para la cual no estaba preparado, el impacto y la destrucción que llegaría a tener la pandemia del COVID 19 fue inimaginable. Los primeros casos de coronavirus fueron detectados en Wuhan China, en diciembre de 2019, cuando se reportó a un grupo de personas enfermas con un tipo de neumonía desconocida y fue en enero del 2020 cuando la pandemia del COVID 19, fue declarada por la OMS una emergencia de salud pública a nivel internacional, ya que el virus se había extendido por todo el mundo y estaba afectando a muchas personas.

En marzo del 2020 el virus del COVID 19 llegó a nuestro país generando cambios drásticos en diversos ámbitos de la vida social, económica, política y cultural. El confinamiento que pensamos que duraría únicamente 40 días, se extendió por más de un año. Durante este tiempo, las actividades en las escuelas de los diferentes niveles educativos, actividades económicas y actividades en espacios públicos fueron suspendidas.

Esto ocasiono que la economía de nuestro país se fracturara. El impacto de la pandemia del COVID 19 sobre la actividad económica en México fue significativo.

A finales del primer trimestre de 2020, derivado del cierre de varios países y la cancelación de vuelos a nivel mundial, se registro un impacto muy fuerte en aquellas entidades y regiones del país dedicadas a la actividad turística. Así mismo, la actividad económica en México se desaceleró como resultado de la decisión de suspender todas las actividades consideradas como no esenciales, lo que conocimos como “Jornada Nacional de sana distancia”.

Esta decisión evidentemente afectó a sectores manufactureros y de servicios. Sin embargo, el impacto mas fuerte fue sobre aquellos negocios locales que tuvieron que cerrar y que sus propietarios dependían económicamente de estos, sin tener una fuente de ingresos adicional. El impacto también fue para todas aquellas personas que laboraban en empresas de mayor tamaño, quienes fueron afectadas con baja en los sueldos y despidos.

A partir del mes de abril, las consecuencias de la crisis por la pandemia se agudizaron y el shock sobre la actividad económica mexicana afecto al mercado laboral de una manera muy significativa. Se registró una salida masiva de personas de la fuerza laboral y hubo una pérdida de millones de empleos formales e informales, subiendo así la tasa de desempleo a 5.5% en junio de 2020. El total de empleos que se afectaron por la pandemia del COVID 19, rebasaba los 24 millones en 2020, lo que representaba el 44% del empleo total en México.

## **Impacto de la pandemia en las MIPYMES de México y Latinoamérica**

La pandemia del COVID 19 produjo un impacto profundo sobre la economía y la sociedad de América Latina.

Las MiPymes formales e informales de América Latina fueron las más afectadas, se estima al menos que el 13% de las empresas formales no resistieron y abandonaron el mercado, sin embargo, aquellas no formalizadas en su mayoría cerraron.

Según la Cepal, al menos 2.7 millones de empresas en América Latina cerraron sus puertas a casusa de la pandemia, en su mayoría pymes.

Las empresas de todos los tamaños en Latinoamérica se vieron afectadas negativamente por la pandemia del COVID 19, pero en especial, las más afectadas fueron las de menor tamaño ya que tuvieron una abrupta caída en las ventas y afrontaron mayores tasas de cierre en comparación con las de mayor tamaño.

En México la pequeñas y medianas empresas aportan el 42% del PIB y generan el 78% del empleo. Como consecuencia de la pandemia, la Asociación de Emprendedores en México reportó en 2020 que el 77% de las MiPymes dejarían de operar en menos de 2 meses.

En la región de Latinoamérica las pymes son una fuente primaria de empleos y son proveedoras de muchos bienes y servicios para una gran parte de la población.

Una parte importante de las empresas que aún están en el mercado, siguen enfrentando dificultades. Las debilidades de las MiPymes, además de afectar a los emprendedores

afecta a la sociedad en su conjunto, ya que estas generan un alto número de empleos y representan un apoyo para millones de familias.

Los cambios que generó la pandemia del COVID 19, crearon nuevas necesidades para los microempresarios, necesidades de adaptación al cambio y resiliencia. Incursionar en el mercado digital ya no era una opción sino una necesidad, manejar los medios digitales para la comercialización se volvió indispensable para que una MiPyMe sobreviviera, sin embargo, muchos de los microempresarios no estaban preparados para esto. El acceso y la formación para la transformación digital y para las nuevas tecnologías, se convirtieron en factores determinantes para la productividad y competitividad de las MiPymes.

### **Revolución digital e impacto en redes sociales**

La revolución digital ha venido a darnos un giro de 360° a todos, ya que, no solo se ha implementado en ciertas situaciones, si no que ya es parte de la vida cotidiana, lo podemos ver en las actividades escolares, en la rutina laboral y en todas las actividades que realizamos a diario, todas las personas se encuentran conectadas mediante diversos dispositivos electrónicos y mediante diversas redes sociales.

El saber aprovechar y explotar las herramientas que nos dan estas innovaciones, nos ayuda no solo a mejorar como sociedad, si no a aplicarlas en los momentos más complicados que ha tenido la humanidad hasta ahora, un ejemplo claro de esto ha sido esta nueva normalidad a causa de la Pandemia del SARS COV-19, que al ponernos en una situación de vulnerabilidad tuvimos que reinventarnos y adaptarnos a lo tecnológico, ya

que esto fue lo que nos ayudó a sobrevivir no solo a la llamada “cuarentena” si no que pudimos escalar a un nuevo nivel de digitalización.

La realidad a la que estábamos acostumbrados cambio rotundamente y planteo un desafío para sociedad en general, la manera de educarse, de trabajar, de entretenerse y sobre todo de comunicarse cambio. Uno de los cambios mas importantes fue la manera en que se hacen negocios. Actualmente, estar conectados cobra mas relevancia que nunca y avanzar hacia la digitalización se volvió una necesidad urgente.

Es así, que la situación actual debido a la pandemia del COVID 19, forzó a muchas empresas a repensar sus modelos de negocio, la nueva normalidad obligó a la sociedad a nivel mundial a realizar compras a través de transacciones electrónicas, lo que ocasionó que para las MiPymes algunos de los mecanismos tradicionales de comercialización fueran insuficientes, enfrentando una acelerada digitalización, para la cual la mayoría no estaba preparada.

Los negocios tradicionales tienen nuevos retos para la comercialización de sus productos, es por eso, que las MiPymes deben afrontar los desafíos, generando cambios y avanzando hacia lo digital.

UAMedia Internacional y el proyecto MiPyMe VS COVID en Latinoamérica, surgió ante esta nueva necesidad de activar la economía mediante la digitalización y como un apoyo para impulsar a las MiPymes afectadas por la pandemia.

Estas MiPymes que en su momento estaban únicamente en espacios físicos y se vieron obligados a trasladarse a lo digital. Por otra parte, estaban las personas que se vieron



en la necesidad de crear un emprendimiento para tener un sustento, al sufrir por despidos y reducción de salarios.

La visión de MiPyMe VS COVID en Latinoamérica, se encaminó a utilizar las redes sociales como medio de difusión, interacción y capacitación para nuestros llamados “monitores”, que son alumnos participantes del proyecto, de las diferentes licenciaturas que ofrece nuestra casa de estudios, la Universidad Autónoma Metropolitana, y capacitación a microempresario que tenían la necesidad de digitalizar sus negocios.

En conjunto y sumando esfuerzos con las MiPymes, se crearon redes digitales alumnos empresarios. Esta red que funcionó como anclaje a una nueva manera de comercializar los diferentes productos y/o servicios que las MiPymes ofrecían, en espacios que anteriormente eran únicamente físicos.

Redes sociales como Facebook, Instagram, WhatsApp Bussiness entre otros, se vieron bombardeadas de comercio formal por los alumnos, alumnas y empresas de México y de Latinoamérica. A través de las redes creadas, se activó un algoritmo, que permitía que estas fueran visibilizadas en los medios digitales, así mismo la conexión con las universidades y microempresarios de otros países, ayudó para poder difundir los productos de las microempresas no solo de manera nacional si no también internacional.

La digitalización de las MiPymes fue una necesidad para la activación económica mientras nuestro país se encontraba en confinamiento. La Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Azcapotzalco como una respuesta institucional ante la crisis y afectación de la MiPyMe y aprovechando la digitalización misma de la universidad, impulsó el programa

“MiPyMe VS COVID en Latinoamérica” proyecto llevado a cabo con diversas universidades de Latinoamérica en el que se buscaba dar apoyo, acompañamiento y capacitación a las MiPymes afectadas por la pandemia en México y Latinoamérica, esto en conjunto con los alumnos UAM y de las instituciones participantes.

De esta manera se pretendía apoyar a la economía de México y Latinoamérica, así como a los microempresarios, a través de capacitación para la digitalización de sus redes comerciales y al mismo tiempo que los alumnos enriquecieran su conocimiento con experiencias internacionales y trabajando con empresas reales.

### **UAMedia y MIPYME VS COVID EN LATINOAMERICA**

La transformación digital, que antes se veía como un extra para aumentar la productividad y las ventas, hoy se ha vuelto un requisito para que las empresas sobrevivan. En especial, las MiPymes que comienzas a moverse por esta ruta de lo digital, necesitan desarrollar una serie de habilidades, solo aquellas que comiencen a utilizar las plataformas digitales y tengan estrategias que las acompañen, podrán mantenerse en el mercado.

Es por esta razón que la UAM Azcapotzalco apostó y diseño este programa de apoyo para que aunado a las actividades sustantivas que realiza, pueda colaborar en estos momentos complicados, ayudando a la sociedad en la medida de sus capacidades.

El programa MIPYME VS COVID en Latinoamérica, constituye un proyecto institucional del Departamento de Administración y UAMedia de la Universidad Autónoma Metropolitana, con el que se genera una alternativa de apoyo en la pandemia, en este esfuerzo se aprovecha el conocimiento técnico administrativo aunado a la capacidad tecnológica de los alumnos y alumnas, que a través de procesos de intervención estratégica, tiene como objetivo el apoyar a pequeñas empresas y/o personas vulnerables que estén pasando por momentos difíciles en estos momentos a causa de la pandemia por el virus SARS CoV2 (COVID19).

El objetivo en primera instancia fue que las MiPymes afectadas por la pandemia, adoptaran y desarrollaran las habilidades para incursionar en el comercio digital.

El programa MIPYME VS COVID en Latinoamérica permite a través de la intervención estratégica con sus monitores y monitoras, acompañar a las MIPYMES mediante tres estrategias:

1. Diseñar, fortalecer y promover los canales digitales de comercialización de las MIPYMES, a través del uso de diversos medios como los son, Facebook, WhatsApp, Instagram, Twitter, Tik Tok páginas web, etcétera.
2. Capacitación de personas para el fortalecimiento de sus capacidades tecnológicas, en temas sensibles que requieran y la institución tenga instructores.

3. Intervención como un proceso externo de acompañamiento para fortalecer sus actividades productivas que permitan mejorar la calidad de vida de las familias impactadas por las MIPYMES apoyadas.

El programa UAMIPYME VS COVID tiene una perspectiva social y humanista, además de una metodología comprobada que la UAM ha generado en múltiples procesos de intervención previos y durante la pandemia por COVID19. Las características que este programa mantiene en un ámbito axiológico son:

1. Gratuito. La UAM no solicita ninguna retribución económica por el apoyo. El carácter gratuito busca garantizar un apoyo para las organizaciones que, en este momento, no cuentan con los medios indispensables para su supervivencia.

2. Incluyente. Cualquier persona u organización que requiera el apoyo puede solicitarlo y la universidad se lo dará.

3. Multitecnológico. El programa se adapta a las características tecnológicas de las personas y organizaciones.

4. Sensible. El apoyo está programado para ofrecerse a las personas y organizaciones que más lo necesiten.

Figura 1: Naturaleza del proyecto “MiPyMe VS COVID en Latinoamérica



Fuente: Elaboración propia

La Universidad Autónoma Metropolitana ha sumado esfuerzos con diversas universidades de Latinoamérica, apoyando a más de 1200 micro, pequeñas y medianas empresas en situación de vulnerabilidad. Alumnos de las instituciones participantes impulsan estrategias digitales de capacitación, Community manager y acompañamientos diarios a las MiPymes de Latinoamérica.

Este programa está pensado para desarrollarse en tres meses, se pensó en este periodo debido a que se busca que, durante estas 12 semanas, el microempresario adquiera las habilidades tecnológicas en conjunto con el alumno que lo apoya, para posteriormente poder aplicarlo por sí mismo en su empresa.

La metodología de trabajo usada es la siguiente:

1. Convocar y reclutar alumnos de la UAM y la Universidad del país con el que se trabajará.
2. Integrar duplas de trabajo de un alumno UAM y un alumno de la Universidad del país de Latinoamérica.
3. Asignar una empresa a cada alumno, esta será una empresa mexicana y una del país en cuestión. Cada dupla trabajara con dos empresas.
4. Implementar bloques de coordinación de 10 a 15 empresas que procesarán cedulas de seguimiento que entregarán los equipos por empresa.
5. Nombrar una coordinación general que integrará todos los informes de bloques y dará seguimiento al programa, para entregar un informe final.

El desarrollo del proceso de intervención consta de las siguientes etapas:

1. Diseño de la propuesta de instrumentación estratégica, se propone en conjunto con las universidades de los países participantes una ruta de acción para trabajara con las microempresas. El objetivo primordial es visibilizar y vender mediante redes digitales, sin embargo, esto no excluye que los alumnos puedan apoyar en otras áreas, tales como contabilidad, recursos humanos, producción, etc.

2. Diseño de la cédula de seguimiento. Este es un instrumento usado por el alumno, en el cual plasma el seguimiento que se va teniendo con la microempresa, en primer lugar, se inicia con un diagnóstico en el que nos muestre la situación actual de la empresa, posteriormente se van trazando objetivos, metas, estrategias e indicadores, que nos ayudaran a evaluar al final de la intervención, los alcances obtenidos.
3. Entrega semanal de indicaciones de desempeño (nuevos socios, número de post, número de likes, número de pedidos, número de clientes y alcances obtenidos), es importante mencionar que estos indicadores se ajustan de acuerdo con los objetivos y áreas en las que el alumno trabaja con la microempresa.
4. Encuentros de presentación de avances, con propuestas de mejores prácticas.

### **UAMedia Internacional y convenios de colaboración**

Con el surgimiento de UAMedia Internacional y el proyecto MiPyMe VS COVID en Latinoamérica se firmaron convenios con las siguientes universidades de Latinoamérica:

- Universidad de Valparaíso en Chile
- Universidad de Guayaquil en Ecuador
- Tecnológico de Antioquia en Colombia

- Corporación Universitaria Americana en Colombia
- Universidad Nacional de Frontera en Perú
- Universidad Nacional de Asunción en Paraguay
- Universidad Privada Boliviana
- Universidad Nacional Autónoma de Honduras
- Universidad Práctica de Honduras.

Estos convenios tienen como propósito principal, promover el desarrollo de actividades académicas, de docencia, investigación y vinculación, para propiciar la internacionalización de las respectivas instituciones.

Es así, que se han sumado esfuerzos en apoyo a alumnos y a las sociedades en general afectadas por la pandemia del COVID 19. Es importante que las Universidades creen ciudadanos con responsabilidad social, de cuidar y velar por un mejor país y una mejor sociedad.



## **UAMedia Internacional alcances y resultados**

A partir del surgimiento de UAMedia Internacional en marzo de 2021 hasta agosto de 2022, se ha tenido un impacto significativo; microempresas que gracias al acompañamiento de los alumnos han salido adelante, alumnos con experiencia internacional y microempresarios capacitados en materia digital.

A la fecha se tienen un total de 1,464 microempresas apoyadas de México, Colombia, Chile, Bolivia, Ecuador, Perú y Paraguay. Que corresponde a 213 empresas de Colombia, 94 de Ecuador, 192 de Perú, 220 de Chile, 98 pertenecientes a Bolivia, 162 de Paraguay y 485 de México.

Se tiene un alcance total de 5,697 usuarios capacitados, contando con tres generaciones del diplomado en Community Manager impartido por la Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Azcapotzalco y dos ciclos de Marketing Digital y Redes Sociales impartidos por la Universidad de Valparaíso en Chile. Emitiendo un total de 3,658 constancias.

Adicional a ello se han impartido diplomados de carácter internacional en conjunto con el HEC de Montreal, como lo fue el Diplomado en Análisis y Concepción de Propuestas de Valor y Modelos de negocios.

Se ofertaron en 2021, 30 cursos de idiomas, entre los que estaban inglés, francés, italiano, portugués, chino, coreano, y náhuatl, con una participación total de 467 alumnos de América Latina.

Es importante resaltar que estos talleres y cursos impartidos fueron totalmente gratuitos, con el objetivo de apoyar a la sociedad y a las universidades hermanas de Latinoamérica, democratizando el conocimiento.

A lo largo del período trabajado se obtuvieron resultados positivos en cada una de las empresas apoyadas, se logró el objetivo de “UAMedia Internacional”, apoyar la economía de los países en Latinoamérica a través del impulso y apoyo de sus MiPymes, se logró un aumento en la visibilización y las ventas, con la digitalización de las empresas.

Todo esto fue gracias al esfuerzo en conjunto de los alumnos de las diferentes universidades que formaron equipos de trabajo funcionales, mientras intercambiaban ideas y aplicaban conocimientos propios de sus carreras en curso; es importante recalcar que este proyecto no busca solamente ayudar a la sociedad pues también una de las bases es crear “redes” entre culturas distintas para que los alumnos estén más conectados y aprendan a ver más allá de su país, que puedan adquirir un panorama global y así hagan una mejor sociedad para el futuro.

### **Caso de éxito**

Como se ha mencionado anteriormente, hubo muchos casos positivos, sin embargo, no se pueden mencionar todos, así que a continuación se expone uno que fue de los mejores.

Comenzamos con el resumen de la problemática que enfrentaba el negocio de pastelería “Pink Cake”, dónde la dueña a causa de la pandemia fue despedida de su trabajo como asistente de gerencia, pero gracias a su conocimiento en temas de repostería y pastelería y su licenciatura en marketing pudo montar su nuevo negocio para poder solventar los gastos ya que es madre de dos niños.

En el momento en que UAMedia se puso en contacto a través de una alumna para poderle brindar la ayuda, su página de Facebook contaba con alrededor de 773 seguidores, le hacía falta darle más difusión lo cual era bastante complicado ya que éste tipo de negocios tuvo tendencia a la baja en sus ventas durante el confinamiento por qué no se podían hacer reuniones.

A pesar de eso algunas personas sí solicitaban su servicio para que las ocasiones especiales no pasaran desapercibidas; por eso a lo largo de los 4 meses en los que se implementa la ayuda, ella tomó varios cursos y talleres, sumado con la ayuda de la alumna que era su monitora lograron darle difusión a través de grupos de grupos de Facebook, se implementó WhatsApp Business se mejoró la calidad y presentación de las imágenes y por consecuencia, se obtuvieron más clientes así que logró pasar de 773 seguidores a 1,165. Gracias a estos resultados tan favorables sus ingresos ascendieron a +\$10,000 mensuales que era más o menos lo que ganaba en su anterior trabajo y sus ventas aumentaron considerablemente pues semanalmente vende entre 10 y 12 pasteles cuando antes de la intervención apenas vendía entre 3 y 4.

Con los resultados expuestos, se puede demostrar que gracias a la intervención que Uamedia brinda a los empresarios a través de los alumnos se pueden lograr cosas buenas que ayuden a los negocios a salir adelante y entrar en ésta nueva era de la digitalización.

**Tabla 1**

*Número de empresas apoyadas por país "MiPyMe VS COVID en Latinoamérica"*

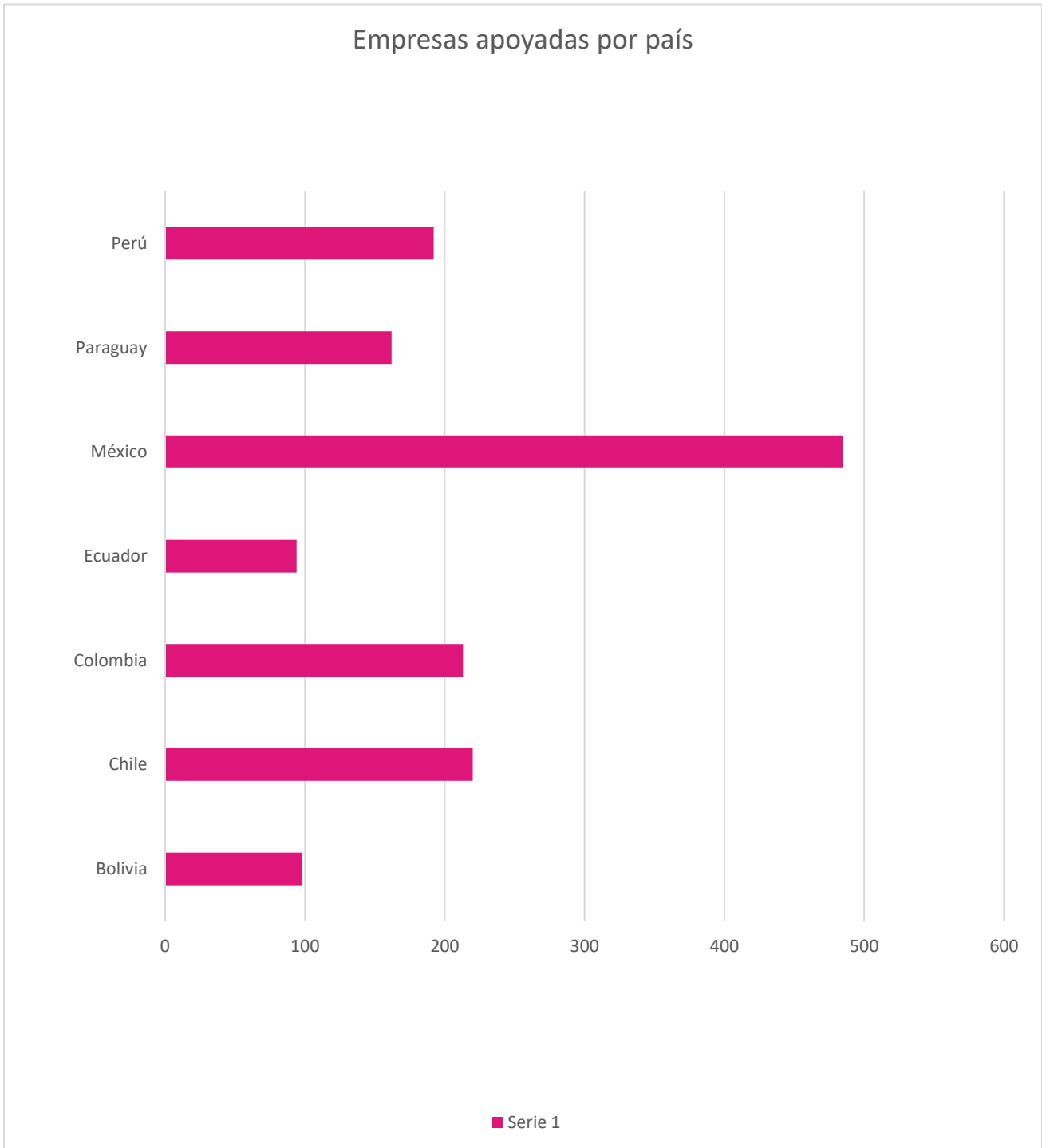
---

<b><i>País</i></b>	<b><i>Empresas Apoyadas</i></b>
Bolivia	98
Chile	220
Colombia	213
Ecuador	94
México	485
Paraguay	162
Perú	192

---

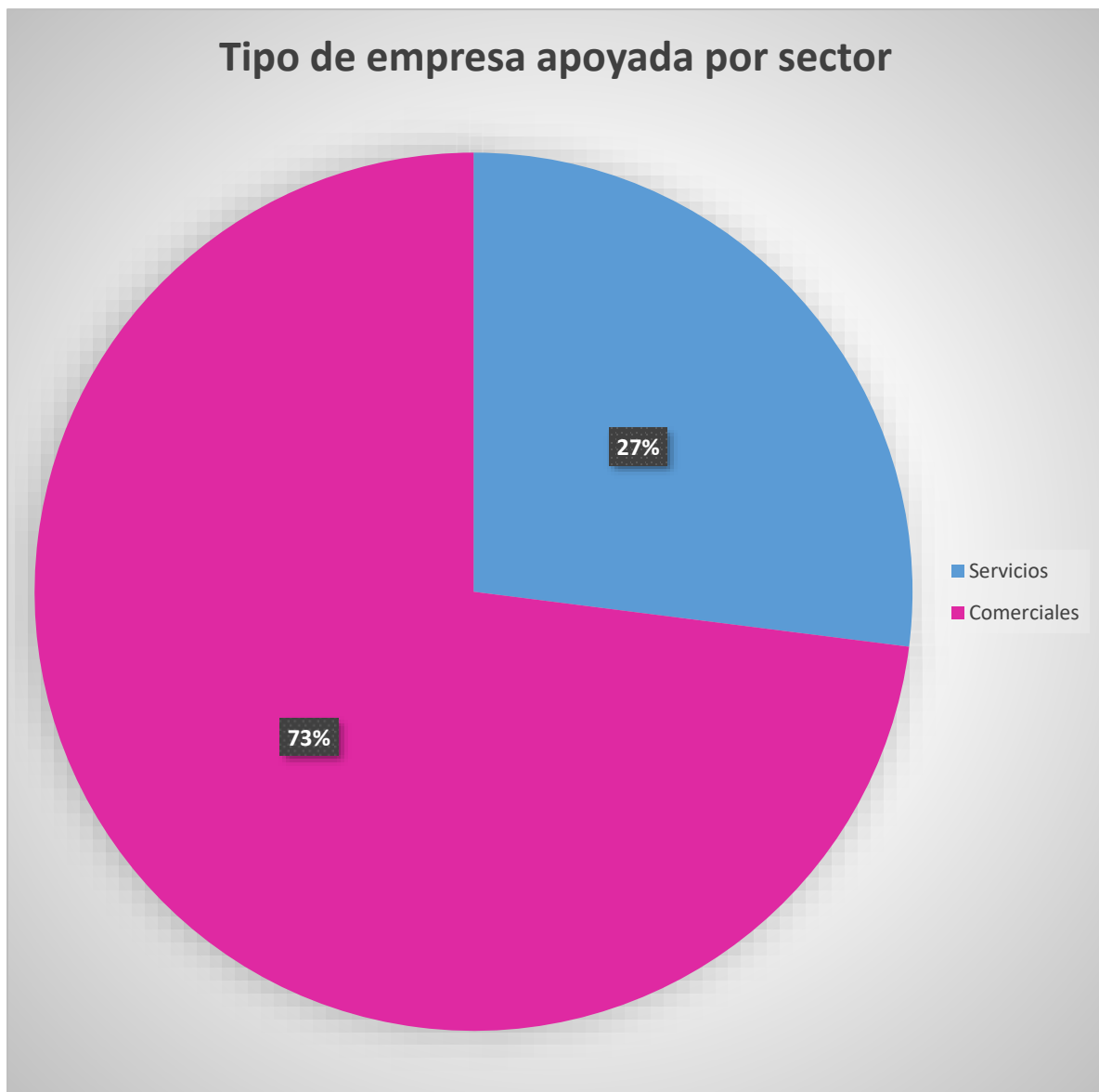
*Fuente: Elaboración propia*

Figura 2: Gráfica del número de empresas apoyadas por cada país



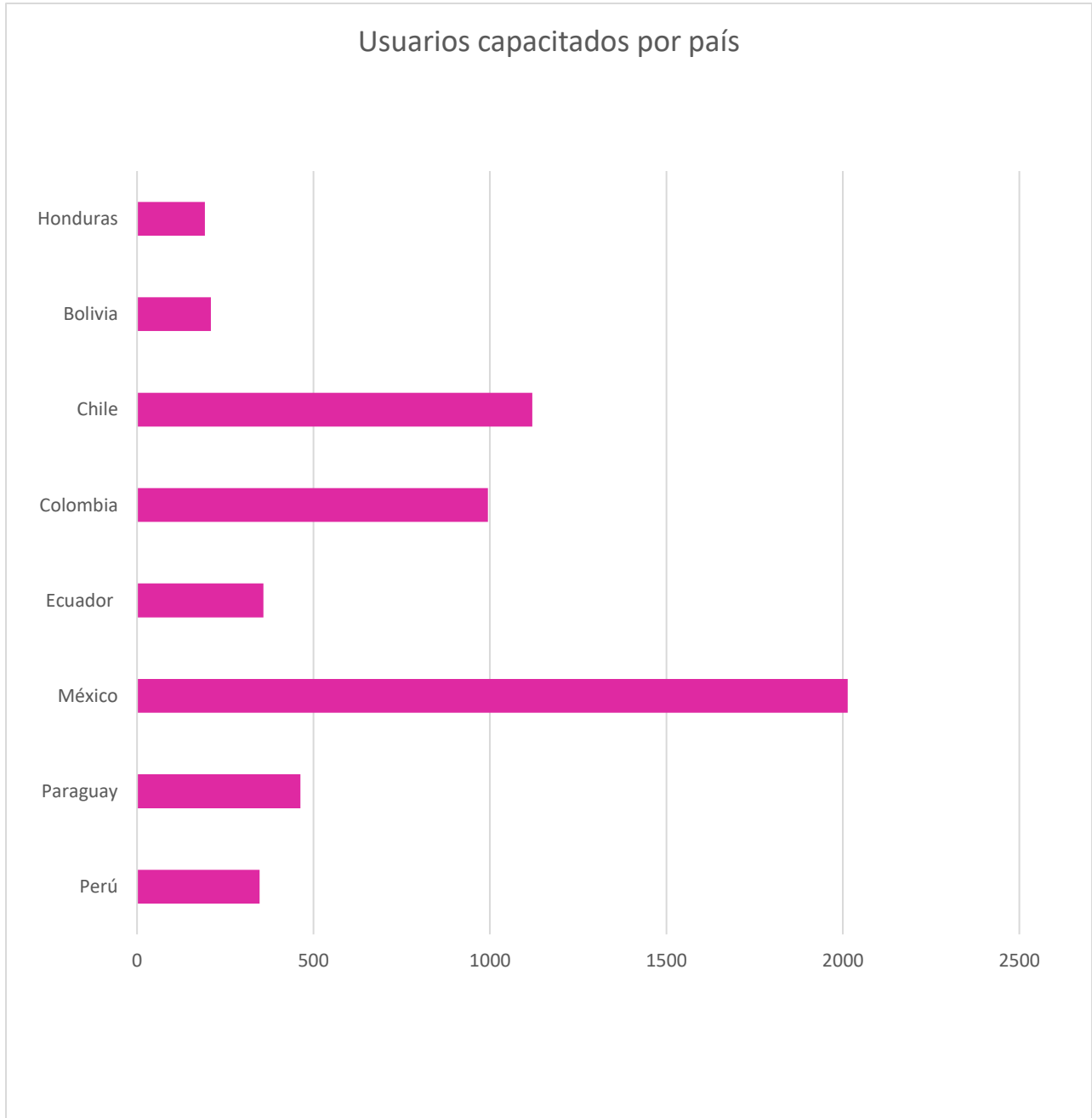
Fuente: Elaboración propia

Figura 3: Tipo de empresa apoyada por sector "MiPyMe VS COVID en Latinoamérica"



Fuente: Elaboración propia

Figura 4: Número de usuarios capacitados por país.



Fuente: Elaboración propia

Como se sabe este proyecto es de calidad social, lo que refiere que se busca el bien de la sociedad, ya que, en el caso de México, la Universidad Autónoma Metropolitana es una universidad de carácter público y es una manera de retribución a la sociedad, es por eso, que se hizo de manera gratuita y se tuvo un gran alcance porque como fue mencionado anteriormente, las MiPymes en México aportan gran parte del PIB y del empleo.

Muchos de los negocios apoyados fueron en su gran mayoría negocios del giro venta de alimentos pues tuvo una gran demanda derivada del confinamiento que se vivió, en segundo lugar, estuvieron los puestos de carácter comercial como venta de ropa, zapatos, tecnología, etc que también tuvieron un aumento significativo en su demanda.

En el transcurso del período en que UAMedia cumplió su intervención en dichos negocios, las personas beneficiadas agradecieron a los alumnos pues gracias a su esfuerzo y todas las facilidades brindadas muchos de esos negocios lograron sobreponerse a la pandemia y así salvar a miles de familias que dependen de ellas.

Finalmente, algunos de los negocios lograron expandirse e implementaron contratación de más personal, servicio a domicilio o envíos por paquetería; incluso algunos alumnos lograron hacer tan fuerte su lazo con los empresarios de los países con los que se colaboró que se pudieron hacer alianzas entre negocios para poder importar y exportar productos.



## Lista de referencias

UAMedia, (2022). Reporte de Resultados, Trimestre 21-P, URL: <https://drive.google.com/file/d/1QvyLVFo-2bHGI5OIXEnZWHXCRYLnqBoW/view>

UAMedia, (2021). Reporte de Resultados, Septiembre 2021, URL: <https://drive.google.com/file/d/1P0qJtZ9TjV9CgOcP8cFFsINGfrUFKIBM/view>

CEPAL. (25 de Agosto de 2022). *CEPAL*. Obtenido de <https://www.cepal.org/es/euromipyme/mipymes-covid-19>

Feix, N. (25 de Agosto de 2022). *México y la crisis de la COVID-19 en el mundo del trabajo: respuestas y desafíos*. Obtenido de Organización Internacional del Trabajo: [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/---ilo-mexico/documents/publication/wcms\\_757364.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/---ilo-mexico/documents/publication/wcms_757364.pdf)

Fierro, M. P. (2020). *El mundo en tiempos de pandemia: covid 19*. Ciudad de México: Instituto Belisario Domínguez Senado de la República.

Rodríguez Kelly, O. O. (25 de Agosto de 2022). *El e-commerce y las Mipymes en tiempos de Covid-19*. Obtenido de Revista Espacios: <https://revistaespacios.com/a20v41n42/a20v41n42p09.pdf>