BAJO EL VOLCÁN. REVISTA DEL POSGRADO DE SOCIOLOGÍA. BUAP
Año 7, Número 14, mayo - octubre de 2026.

"Era una desesperación por no tener dinero": precariedad afectiva y estrategias de vida digital de jóvenes *nenis*

"It was a sense of desperation caused by a lack of money": emotional insecurity and digital life strategies among young nenis

Belem Quezada Díaz
Centro de Investigación Transdisciplinar en Psicología de la Universidad Autónoma del Estado de Morelos, México
ORCID: https://orcid.org/0000-0002-9378-1111
belem@uaem.mx

Recibido: 15/11/2025
Aceptado: 22/03/2026

Resumen

El fenómeno de las *nenis* (mujeres que comercializan productos a través de redes sociales digitales) constituye una expresión contemporánea de la precarización laboral, profundamente afectada por desigualdades de género, economías del cuidado y formas emergentes de trabajo digital informal. A partir de herramientas etnográficas y siete entrevistas a profundidad a mujeres jóvenes (de entre 22-32 años) que se dedican a esta actividad, se muestra que la entrada a este trabajo responde a trayectorias laborales interrumpidas por despidos, maternidad, discriminación de género y la imposibilidad de acceder a empleos formales decentes. La venta digital se sostiene en una organización del tiempo fragmentada,

donde el trabajo productivo se superpone al trabajo doméstico de cuidados, generando dobles y triples jornadas. La digitalización del trabajo introduce nuevas vulnerabilidades como dependencia de plataformas, censura algorítmica y saturación competitiva. La investigación da cuenta que esta actividad remunerada informal es simultáneamente una estrategia de sobrevivencia y un espacio de agencia situada.
Palabras clave: precariedad, trabajo digital, *nenis*, mujeres jóvenes y trabajo, trabajo informal.

Abstract

The phenomenon of *nenis* (women who sell products through digital social networks) is a contemporary expression of job insecurity, deeply affected by gender inequalities, care economies, and emerging forms of informal digital work. Using ethnographic tools and seven in-depth interviews with young women (aged 22-32) engaged in this activity, they show that entry into this work responds to career paths interrupted by layoffs, motherhood, gender discrimination, and the inability to access decent formal jobs. Digital sales are sustained by a fragmented organization of time, where productive work overlaps with domestic care work, generating double and triple shifts. The digitization of work introduces new vulnerabilities such as platform dependency, algorithmic censorship, and competitive saturation. The research shows that this informal paid activity is simultaneously a survival strategy and a space for situated agency.
Key words: precariousness, digital work, *nenis*, young women and work, informal work.

1. Introducción

A inicios de la década de los 80´s, en México, se adoptaron prácticas derivadas del modelo económico neoliberal que afectaron el mercado de trabajo y que se tradujeron en desregulación de los derechos laborales y deterioro de las condiciones de trabajo. Por lo tanto, se profundizaron las formas de precarizaron laboral (mayor

inseguridad laboral y limitadas prestaciones laborales) y creció de manera significativa el empleo informal.

Aunque no existe un indicador oficial de precariedad laboral en nuestro país, si existen estadísticas que proporcionan varios indicadores que describen características de lo que se entiende por precariedad laboral, facilitadas principalmente por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). Por ejemplo, según datos de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (INEGI, 2025) la tasa de informalidad laboral alcanzó el 54.8% de la Población Económicamente Activa (PEA), donde se congregan a aquellas personas trabajadoras que se encuentran en unidades económicas no registradas o que están trabajando sin acceso a seguridad social ni prestaciones. Otro indicador que orienta sobre las condiciones de trabajo en México es el de los ingresos de la PEA, con datos del Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL, 2024) se reporta que para las últimas mediciones del 2024, el ingreso promedio nacional de la PEA fue de $7,363.33, subrayando una brecha salarial de género, ya que el ingreso para los hombres es 1.2 veces el de las mujeres. Esto evidencia una articulación de las desigualdades sociales con el género.

La desigualdad se intensifica cuando se compara la relación entre situación laboral (formal o informal) y el ingreso promedio. Para el caso del ingreso mensual promedio de la población ocupada formal es de $10,349.13 pesos mexicanos y para aquellas personas insertas en la informalidad es de $5,146.34 (CONEVAL, 2024). Además, el nivel de pobreza laboral (que hace referencia a que el ingreso laboral en un hogar no es suficiente para alimentar a todas las personas que lo integran) reportado para el 2024 es de 35.4%. Esta combinación entre informalidad laboral, pocos ingresos y género configura un escenario donde la incertidumbre económica es una vivencia cotidiana.

Si bien, dada las condiciones laborales en las que se desarrollan las personas que trabajan en la informalidad, la precariedad laboral no se limita solamente a este sector. Esto reconocido incluso por instituciones internacionales como la

Organización Internacional del Trabajo (OIT, 2012) que caracteriza a la precariedad con incertidumbre en la duración del empleo, jornadas extenuantes, relaciones de trabajo triangulares, falso autónomo, contratos de agencias o subcontratistas, imposibilidad de afiliarse o colectivizarse en sindicatos, entre otras condiciones que se pueden encontrar en el cotidiano del mercado de trabajo en México.

Ante esta realidad, en muchas ocasiones las personas trabajadoras han echado mano de su creatividad para la generación de espacios de subsistencia o autoempleo. Específicamente las juventudes, han capitalizado sus conocimientos y espacios de socialización digital para comerciar diferentes productos y servicios. Entre estos, jóvenes mujeres mexicanas venden diferentes mercancías en redes sociales digitales (como Facebook, Instagram, Whatsapp e incluso TikTok) de forma autónoma, conformando un fenómeno que, de manera popular, a las que realizan estas prácticas se les ha denominado *nenis*. Estas prácticas, lejos de representar simples estrategias de supervivencia, constituyen respuestas creativas y adaptativas ante la exclusión estructural del mercado laboral formal. Sin embargo, la aparente autonomía que ofrecen estos entornos digitales convive con nuevas formas en el marco del capitalismo contemporáneo, como la dependencia tecnológica, auto explotación y vulnerabilidad emocional, lo que sugiere la necesidad de un análisis más allá de los indicadores económicos.

Considerando las aportaciones teóricas de las perspectivas feminista y psicosociales, las experiencias de las mujeres que realizan actividades como *nenis* da cuenta de tensiones entre la precariedad y la agencia, entre autonomía y cuidado, entre el deseo de reconocimiento y el agotamiento cotidiano. Donde, si bien, el trabajo digital parece una opción flexible que "ayuda" a gestionar responsabilidades de cuidado o de trabajo doméstico, dicha "ayuda" se inserta encubriendo las desigualdades de género que históricamente han sostenido la división sexual del trabajo. A la par, las mujeres jóvenes que participan en estas economías digitales resignifican su experiencia laboral a partir de redes de confianza,

construyen vínculos afectivos y generan prácticas de apoyo mutuo que, algunas de ellas, pueden entenderse como formas de autoorganización feminista en la era digital.

El presente artículo tiene como objetivo explorar las experiencias psicosociales de jóvenes *nenis* que comercializan mercancías a través de redes sociales, con el fin de comprender los significados que atribuyen a su trabajo, las emociones que lo acompañan y las formas de autoorganización que despliegan frente a la incertidumbre. El análisis busca visibilizar cómo, en un contexto de crisis laboral y desigualdad de género, estas mujeres no sólo sobreviven, sino que reconfiguran sus experiencias de trabajo y de la autonomía desde una ética feminista del cuidado y la sostenibilidad de la vida.

1.1 Precarización y feminización del trabajo

La precarización laboral no es un fenómeno reciente, sino una característica estructural del capitalismo contemporáneo. Sin embargo, en las últimas décadas ha adquirido un carácter transversal, afectando especialmente a las juventudes y a las mujeres. Como señala Isabell Lorey (2016), la precariedad no sólo se refiere a la inestabilidad económica, sino a una condición vital de inseguridad que atraviesa los cuerpos y las emociones, para la autora "el ensamblaje conceptual de lo precario se compone de inseguridad y vulnerabilidad, de incertidumbre y amenaza" (p. 25). En esta lógica argumentativa, los seres humanos nacemos precarios dada nuestra condición de vulnerabilidad de nuestros cuerpos; empero, en las sociedades neoliberales esta vulnerabilidad se jerarquiza. Lorey (2016) describe esta forma de precariedad jerarquizada como una "forma de la diferencia: la diferencia(ción) clasificadora y discriminadora" (Lorey, 2016, p. 34) y esto produce desigualdad, produciendo una clase que domina la precariedad "entre todos aquellos que son considerados diferentes y menos merecedores de protección" (p. 35), por lo tanto, existen ciertos grupos (mujeres migrantes, jóvenes,

personas racializadas) a los que se les instaura la categoría de menos merecedores de protección. De esta manera, la precariedad se convierte en una tecnología de gobierno, un dispositivo que naturaliza la inseguridad y disciplina los cuerpos a través de la promesa de flexibilidad, mérito o emprendimiento.

En concordancia, Butler (2016) señala que la precarización produce sujetos e inseguridad, y esta "forma particular de poder prepara el terreno para crear la necesidad de seguridad como ideal político máximo, un ideal que sirve para acumular poder dentro del Estado y de las instituciones empresariales" (p. 14). Así, la precariedad actúa como una herramienta biopolítica que regula qué vidas son sostenibles y cuáles pueden ser desechadas. Desde una lectura feminista, esto implica reconocer que la precariedad se distribuye diferencialmente: no todos los cuerpos son igualmente expuestos al riesgo, ni todas las vidas son sostenidas con el mismo valor. Por lo tanto, esta jerarquización de la precariedad se articula con la división sexual del trabajo, a partir de la cual, las mujeres han sido históricamente ubicadas en posiciones laborales más inestables, pero remuneradas y compatibles con las responsabilidades de cuidado; es decir, la precariedad no se distribuye de manera neutral, sino que reproduce y amplifica desigualdades de género previamente existentes.

Un aspecto fundamental sobre las diferencias y la precariedad en la tesis propuesta por Cristina Morini (2010) al señalar que estas (diferencias y precariedad) son la base de la nueva subjetividad. Estas categorías se entrelazan como condiciones para que pueda operar el trabajo en el capitalismo contemporáneo. Para Morini (2010), la figura ideal de "hombre proveedor" en el modelo fordista fue desplazada en el modelo neoliberal por la de "feminización del trabajo", que constituye una figura fragmentada, flexible y afectiva. Es así, como "la figura del precario social es hoy mujer" (p. 85), poniendo sobre la mesa que las cualidades históricamente asociadas al rol femenino (disponibilidad, adaptabilidad, empatía, entre otras) se han convertido en recursos productivos capitalizables. Por lo tanto, es importante subrayar, que la feminización

del trabajo no implica solamente una mayor presencia de mujeres en el mercado laboral, ya que a esto se debe sumar la generalización de características históricamente asociadas a lo femenino, como: flexibilidad, disponibilidad constante, capacidad de cuidado, gestión emocional. Estas cualidades, tradicionalmente invisibilizadas o relegadas al ámbito doméstico, son ahora competencias valoradas en economías que se basan en servicios, comunicación o trabajo relacional.

Las dinámicas anteriormente mencionadas se observan con claridad en el caso de las mujeres jóvenes que participan en economías digitales informales, como las *nenis*. La venta en redes sociales requiere de habilidades comerciales y también, de habilidades para construir relaciones de confianza, sostener interacciones afectivas con clientas y gestionar la exposición personal en los entornos digitales. Además, la precariedad jerarquizada se manifiesta en múltiples niveles: material (bajos ingresos e inexistencia de derechos laborales), simbólico (devaluación social de su trabajo) y afectivo (sobrecarga emocional derivada de la multitarea y la autoexplotación). Siguiendo a Silvia Federici (2020) y Amaia Pérez Orozco (2014), puede afirmarse que la feminización de la precariedad implica no sólo condiciones laborales desventajosas, sino también la apropiación de la energía vital y afectiva de las mujeres como recurso económico. En su análisis sobre la teoría marxista, Federici (2020) afirma que la idealización del trabajo industrial como el instrumento viable para nivelar la desigualdad social, invisibilizó las relaciones que reproducen la vida, y por lo tanto la fuerza del trabajo, "empezando por la sexualidad, la procreación y, por encima de todo, el trabajo doméstico no remunerado de las mujeres" (p. 48). Complementando lo que Federici pone sobre la mesa, Pérez Orozco (2014) expone a los mercados capitalistas como "estructuras que permiten que unas pocas vidas se impongan como las dignas de ser sostenidas entre todxs, como las únicas dignas de ser rescatadas en tiempos de crisis" (p. 39) y agrega que estos mecanismos jerarquizadores ordenan "las vidas

concretas y establecen como referente y máxima prioridad la vida del sujeto privilegiado de la modernidad" (p. 39).

Morini (2010) advierte que, la despotenciación contemporánea de las mujeres no se produce por su exclusión del espacio público (como en el patriarcado clásico), sino precisamente por su inclusión controlada en el mismo. En el biocapitalismo, las cualidades históricamente asociadas a lo femenino se convierten en normas laborales y en recursos productivos, que lejos de representar una emancipación, suponen un proceso en el cual el sistema incorpora los valores del feminismo (cuidado, colaboración, autonomía) despojándolos de su potencial político y transformador. En el caso de las *nenis*, esta lógica se expresa en la exaltación de la figura de la "mujer emprendedora", que promete libertad y autonomía mientras refuerza el autocontrol, la autoexplotación y la responsabilización individual por el bienestar. La ilusión de empoderamiento digital neutraliza la posibilidad de cuestionar las estructuras que sostienen la desigualdad, convirtiendo la vulnerabilidad en virtud y la precariedad en estilo de vida.

La economía neoliberal, al privatizar el riesgo y desplazar la responsabilidad del bienestar hacia los individuos, refuerza la idea de que cada mujer debe gestionar por sí misma su sobrevivencia, su ánimo y su productividad. Desde esta óptica, las experiencias de las *nenis* muestran la continuidad entre el trabajo productivo y el reproductivo: el hogar, las redes sociales y el cuerpo se convierten en espacios de trabajo simultáneos. Las ventas digitales se presentan como una oportunidad de autonomía, pero en realidad profundizan una forma de precariedad jerarquizada y feminizada, donde la flexibilidad encubre la ausencia de derechos, estabilidad y bienestar emocional.

1.2 Subjetivación neoliberal y trabajo emocional de las *nenis*

La subjetivación neoliberal en el capitalismo contemporáneo ha transformado la "feminización" de la subjetividad en recurso económico. La precariedad, como forma de vida generalizada, se in-

ternaliza y naturaliza a través de discursos sobre autonomía, pasión y/o responsabilidad individual. Este proceso de subjetivación neoliberal es descrito desde la teoría feminista y cultural crítica por Rosalind Grill (2008) para describir cómo los sujetos se van constituyendo a sí mismos bajo las promesas de la libertad, el emprendimiento y la autenticidad. En el campo del trabajo, esta subjetivación implica interiorizar mandatos emocionales, como ser una persona positiva, resiliente o entusiasta, estos mandatos operan como tecnologías de control afectivo. Además, este sujeto emocionalmente controlado se autogestiona y se autoexige, ya no hay un supervisor flexible, el propio sujeto es su propio vigilante. En palabras de Gill (2016), en esta cultura neoliberal:

> no se trata simplemente de que los sujetos sean gobernados, disciplinados o regulados de maneras cada vez más íntimas, sino, lo que es aún más fundamental, de que las nociones de elección, agencia y autonomía se han convertido en elementos centrales de ese proyecto regulador (p. 443).

El capitalismo contemporáneo, según Eva Illouz (2007), es un capitalismo emocional, ya que las emociones se integran al funcionamiento de la economía ya sea como bienes, servicios o como técnicas para producir más. En el caso del uso de las plataformas digitales esta lógica se amplifica: los afectos se capitalizan y la autenticidad, como una forma de valor simbólico, vende. En las mujeres, esta dinámica cava más profundo dado el cumplimiento histórico sobre ser las responsables del bienestar emocional de otros. Por lo tanto, el neoliberalismo la sensibilidad, la empatía o la entrega son virtudes laborales que conforman una moral afectiva del trabajo.

Dando pauta a los marcos psicosociales latinoamericanos, Enrique de la Garza (2022) afirma que el trabajo es un espacio de producción de identidad y sentido. Por lo que, en el presente contexto de la precariedad, las trabajadoras interiorizan el discurso de la libertad individual, aunque viven la incertidumbre material y emocional que esta libertad implica. Bajo este escenario emergen las *nenis*, muje-

res que comercializan productos en redes sociales y que constituyen un fenómeno complejo y emblemático de la subjetivación neoliberal en México. Datos recientes informan que el 89.7% de las *nenis* son mujeres de entre18-54 años, con educación media o superior, que buscan a través de esta actividad ingresos complementarios y flexibilidad laboral y que lo hacen desde la informalidad (IMCO, 2021; García y González, 2023), usando principalmente redes sociales como *Facebook, Instagram* y *WhatsApp*, tanto para publicidad como para venta, convirtiéndose en una estrategia creativa de autoempleo.

Investigaciones cualitativas dan cuenta que las mujeres que desarrollan estas actividades en las plataformas digitales elaboran significados subjetivos complejos sobre su trabajo. Dichas mujeres describen su actividad como una forma de autonomía flexible (Hernández-Ramírez, et al., 2021; Quezada, 2022; Alcántara, et al., 2022), pero también como una práctica agotadora que exige gestionar emociones, tiempo y exposición constante:

> este autorreconocimiento a su actividad y la validación que otorgan desde su propia experiencia al hecho de generar autoempleos acordes a sus necesidades […] hay quien asume su ocupación como un proyecto, como un microemprendimiento o como un negocio flexible (Galindo y Ceballos, 2023, p. 72)

El discurso de la "mujer emprendedora" se refuerza en redes sociales con etiquetas como #nenis, #mujeresemprendedoras o #negociofemenino, estos exaltan la independencia individual, el entusiasmo constante. En la investigación de Elías Alvarado y Eunice Ocañas-Gallardo (2025) se realizaron análisis de etiquetas o *hashtags* # en la red de X (antes *Twitter*), reportándose que en el norte del país "predominan las etiquetas #Nenis, #MujeresDeNegocio, #EmpoderamientoFemenino, #RegiasDeNegocios y #MujeresFregonas" (p. 18), y en la región centro-sur del país con el 72.1% (29,148) del total de las publicaciones analizadas donde se destacan las etiquetas de "#Neni, #MujeresEmprendedoras, #ArtesanasUnidas, #ComunidadEmprendedora, #HechoAMano, #Mu-

jeresTrabajadoras y #Microemprendimiento" (p. 18) y también se encontraron etiquetas como #HechoAMano, #ArtesanasUnidas, #ComunidadEmprendedora y #MujeresTrabajadoras. Sin embargo, detrás de estos discursos, se puede esconder el control y régimen emocional de autoexplotación alegre (Gill, 2008), desde el cual deben de mostrar satisfacción y gratitud, incluso ante la precariedad.

Incluso el discurso de la mujer emprendedora fue inspiración para la composición del "Himno neni" o "Himno de las nenis" que círculo por la red social TikTok y que funcionó para mostrar el trabajo que realizan, viralizado en el 2021 (deviajeconluisa, 2021), con más de 230 comentarios, más de 39 mil *likes* y 1777 compartidos, este vídeo tiene comentarios como "yo también quiero ser una neni", "me quiero iniciar en las ventas" o "soy tu fan, quiero empezar hacerlo", estas frases pueden revelar un deseo aspiracional de mujeres que encuentran eco en sus propias vivencias, operando como un imaginario posible en contextos donde las trayectorias laborales (principalmente formales) son limitadas. Dado lo cual, para muchas mujeres jóvenes, el emprendimiento digital aparece como una vía accesible para lograr autonomía económica. Este himno también funciona como artefacto cargado de afectividad, que articula orgullo e identidad. La reapropiación del término "neni" (usado en su origen como burla) se convierte en una estrategia de resistencia simbólica, transformando el estigma en identidad positiva.

En términos psicosociales, la subjetividad se convierte en el principal instrumento de trabajo: el cuerpo, la sonrisa y/o la empatía se transforman en dispositivos de venta. En términos de Hochschild (1983), las *nenis* podrían estar realizando una forma contemporánea de trabajo emocional, ya que gestionan sus propios sentimientos y los de sus clientas para hacer efectivas las transacciones y construir confianza. Esto se puede notar en el estudio de Souza y Muhnoz (2013) que expone como las mujeres que realizan esta actividad actualizan la "lista blanca" de personas confiables y la "lista negra" que anota a las no confiables "para resolver conflictos en los intercambios e incluso para avisar a otras usuarias sobre nuevos productos. También hay muestras de solidaridad

cuando alguna de las usuarias se encuentra en dificultades, dudas o problemas personales" (p. 12). En consecuencia, la línea entre lo personal y laboral se desdibuja: el chat 24/7, las publicaciones y la entrega cargadas de afectos van generando una economía relacional, que, a pesar de ofrecer sentido y pertinencia, reproduce la lógica de la autoexplotación. En el estudio realizado por Alma Celia Galindo y Aideé Ceballos (2023) en México, se pone evidencia esa autoexplotación, ya que exponen como la flexibilidad del tiempo es un factor importante para que las mujeres decidan dedicarse a esa labor, y que esta inversión del tiempo es corresponsable con el éxito de su comercio, como se cita en la siguiente entrevista del estudio "A todas horas me mandan mensajes, a todas horas atiendo, a veces hay mensajes hasta de madrugada. Trabajo 24/7 Aunque no esté haciendo nada estoy pensando en lo que sigue" (p. 77).

Esta dinámica genera una profunda ambivalencia emocional. Por un lado, las *nenis* se sienten orgullosas de su independencia y creatividad; por otro, enfrentan ansiedad, cansancio, culpa por no cumplir con el ideal de éxito. En la investigación de minería de datos de Alvarado y Ocañas-Gallardo (2025) en las publicaciones de la *nenis* surgen palabras consideradas como emociones negativas (como: estrés, ansiedad, intimidación, desaliento, vulnerabilidad, precario, frustración, explotación o extorsión) y palabras con carga emocional positiva (por ejemplo: liderazgo, autonomía, progreso, crecimiento, ecoturismo), también aparecen palabras como ""empoderamiento", "superación", "prosperidad" y "colaboración" resaltan la capacidad de las nenis para convertir los desafíos en oportunidades, impulsadas por un fuerte sentido de autenticidad y comunidad" (p. 19). Así, la retórica del empoderamiento, se convierte en una tecnología de control psíquico, que podrá transformar la frustración o agotamiento en fallas personales y no en efectos estructurales de la precariedad. Como plantea Illouz (2007), el capitalismo emocional transforma los sentimientos en mercancías, de modo que la expresión de felicidad o gratitud se vuelve requisito laboral. En las economías digitales informales, esta exigencia

emocional se intensifica: la precariedad se disfraza de empoderamiento y la flexibilidad se vivencia como una carga psíquica.

No obstante, en los márgenes de esta racionalidad también emergen prácticas de resistencia. Diversas investigaciones reportan que las *nenis* construyen redes solidarias de apoyo mutuo, donde se comparten clientes, ferias, préstamos o palabras de ánimo (García y González, 2023). Las mujeres, a partir de la gestión de sus redes, ratifican su "identidad de las mujeres como cuidadoras, como madres y bajo otros perfiles previamente existentes a sus relaciones primarias familiares" (Galindo, 2024, p. 84), esto promueva que se construyan "espacios simbólicos de expresión sobre la maternidad, sus intereses, sus preocupaciones, sus motivaciones u otras temáticas que les permiten generar interacciones personales con mujeres con perfiles similares o con quienes tienen lazos emocionales permanentes" (Galindo, 2024, p. 84). Es por ello, que estas redes no son sólo técnicas, se constituyen en espacios de cuidado colectivo y de autoorganización feminista, interpretándose como formas de (re)existencia frente a la soledad y la competitividad impuesta por el mercado. En ellas, el trabajo vuelve a vincularse con la vida y el afecto, reintroduciendo la dimensión comunitaria que el neoliberalismo busca borrar.

2. Método

La presente investigación se desarrolló desde un enfoque cualitativo con perspectiva feminista y psicosocial, orientado a comprender las experiencias subjetivas y materiales de jóvenes mujeres que comercializan productos a través de redes sociales digitales. Se emplearon herramientas de la etnografía y el análisis reportado muestra lo narrado de las entrevistas a profundidad de siete vendedoras que tuvieron el propósito de captar sentidos, emociones y prácticas asociadas al trabajo de las *nenis*.

Las entrevistas se realizaron en 2023 a mujeres de entre 22 a 32 años, residentes de Cuernavaca, que comercializan artículos

mediante Facebook y WhatsApp y que realizan entregas en espacios públicos. Las participantes fueron contactadas a partir del trabajo de campo en el punto de entrega. Las entrevistas tuvieron una duración promedio de una hora y se realizaron registros en diario de campo y audio-grabación previo consentimiento de las participantes.

El análisis se realizó mediante codificación abierta, axial y selectiva, siguiendo los principios de la teoría fundamenta (Strauss y Corbin, 2002). Se realizó una matriz de categorías en Excel, donde se integraron las dimensiones estructurales (categorías) con las narrativas de las experiencias. Posteriormente, se construyó un modelo relacional (Figura 1) para identificar la categoría central y los flujos de influencia entre las categorías.

El proceso analítico siguió un criterio de saturación teórica conceptual, durante la codificación abierta y axial se identificaron recurrencias sistemáticas en torno a cinco dimensiones; a partir de la sexta y séptima entrevista, los relatos reforzaban esas mismas dimensiones, lo que permitió consolidar la categoría central de precarización laboral y su articulación con la precariedad afectiva. Dado lo anterior, el estudio alcanzó saturación en términos interpretativos, dentro de los alcances propios de una investigación cualitativa de profundidad y contextual.

3. Análisis de resultados

El análisis de las entrevistas realizadas a jóvenes vendedoras informales que comercializan productos usando Facebook, WhatsApp e Instagram y que realizan sus entregas en Cuernavaca, dan cuenta de un complejo entramado entre precarización, agencia, cuidados, riesgos, emociones y formas emergentes de organización. Las experiencias narradas muestran cómo el trabajo informal digital o el trabajo de *nenis*, surge en la intersección de desigualdades estructurales, necesidades económicas urgentes y estrategias femeninas de sostén y supervivencia.

3.1 Precarización laboral y trayectorias interrumpidas

En todas las entrevistas se observó que la venta en redes no es un proyecto planificado como un proyecto de vida, sino que es una salida frente a la precarización laboral, la mayoría de las entrevistadas tienen formación técnica o universitaria (psicología, biología, pedagogía, puericultura, horticultura), pero no han logrado insertarse laboralmente ya sea por embarazarse, por falta de su título universitario, por despidos o por discriminación abierta hacia mujeres con hijos.

Los testimonios coinciden en señalar que ingresar a la actividad de la venta en redes sociales se encuentra motivado por urgencias económicas. Por ejemplo, una de las entrevistadas narra la relevancia del factor económico para iniciar en este tipo de actividad: "yo estaba desesperada, pero de verdad era una desesperación por no tener dinero" (E1). Esta frase sintetiza la experiencia de varias participantes que describen el ingreso a las ventas como un salto obligado ante la urgencia económica. De manera similar, otras participantes vinculan su transición al autoempleo digital con procesos de reestructuración laboral o deterioro de las condiciones de trabajo: "me quede desempleada [de una institución pública federal] cambiaron el outsourcing y ya no nos contrataron. Nos querían mandar a *Home Depot* por menos, entonces no me convenía" (E2). Otra entrevistada menciona: "A mí me redujeron el sueldo en un 30% y sin propinas, entonces estaba cobrando casi 600 pesos a la quincena. Mi fuerte eran las propinas, sin eso ya no me alcanzaba para nada" (E4).

En otros casos, la maternidad interrumpe procesos formales de profesionalización: "terminé mi carrera, pero no me he podido titular porque nació mi hija y ya nunca retomé el trámite". Incluso quienes logran terminar estudios universitarios enfrentan un mercado de trabajo hostil: "no ejerzo lo que estudié, no me contratan porque piensan que las mujeres con hijos somos un problema" (E2).

Los resultados muestran que el mercado laboral formal continúa "castigando" la maternidad y las mujeres jóvenes, empujan-

do a las mujeres a formas de autoempleo digital extremadamente flexibles, pero también inestables: "Este trabajo es una alternativa a la violencia económica que vivimos […] aún con estudios los sueldos no alcanzan. El salario que te dan es muy poco, aunque tengas un trabajo formal" (E7).

En términos estructurales, estas experiencias ilustran la persistencia de trayectorias laborales truncadas, marcadas por la imposibilidad de accedes a trabajos dignos, estales o acordes a la formación académica. La venta digital aparece entonces como una estrategia de supervivencia frente a un mercado laboral que continúa penalizando la maternidad y reproduciendo condiciones de precariedad para las mujeres.

3.2 Cuidado, trabajo doméstico y tiempo fragmentado

La venta en Facebook aparece como una alternativa que posibilita coordinar el trabajo productivo con el reproductivo. Para muchas, vender significa un tipo de conciliación posible ante la falta de políticas públicas que redistribuyan las responsabilidades de cuidado. Sin embargo, lejos de reducir la carga, este trabajo se superpone al cuidado, generando jornadas extendidas y extenuantes.

Una de las entrevistadas, madre de una niña pequeña, describe su rutina: "no descanso en todo el día, hasta como a las siete de la noche me voy desocupando de todo" (E1). La administración del tiempo es central, particularmente cuando las mujeres no cuentan con redes sociales o familiares que las apoyen, tanto para las que cumple con el rol materno "en la mañana hago tareas con mi hija, en la tarde saco fotos, plancho ropa, público y todavía tengo que hacer la comida" (E1), como el rol de estudiante "por la mañana tengo clases, entonces en la tarde lavo la ropa, la arreglo y tomo las fotos" (E6). En estos casos, las tareas de venta se intercalan con actividad de cuidado y trabajo doméstico.

La fragmentación del tiempo también se observa entre entrevistadas sin hijas/os y que experimentan la tensión entre estudio

y venta: "toda la mañana tengo clases, entonces por la tarde lavo ropa, la preparo, tomo la foto y en la noche publico" (E6). Otras relatan dinámicas domésticas negociadas con sus parejas: "Nos dividimos los quehaceres, él lava la ropa, yo hago la comida. Y si tengo que salir a entregar, mi hija se queda con su abuela" (E4), o con sus madres "si tengo que entregar, mi hija ya sabe que se queda con su abuela un rato, a veces hay reclamos, sí, pero nos organizamos como se puede" (E4).

Estos hallazgos muestran que la venta digital funciona como una modalidad laboral que se acomoda a las responsabilidades de cuidado y la realización de los trabajos domésticos, y no porque sea menos demandante, sino porque se puede insertar en las grietas del trabajo doméstico, escolar y de cuidado. Por lo tanto, lejos de resolver la tensión entre trabajo productivo y reproductivo, se reproducen dinámicas de sobrecarga y fragmentación temporal que caracterizan las experiencias laborales de la mayoría de las mujeres.

3.3 Digitalización del trabajo, algoritmos, habilidades y competencia

Las entrevistas desarrollan habilidades digitales de forma autodidacta: fotografía, edición, *branding*, lectura de algoritmo, manejo de grupos digitales, análisis de horarios y creación de identidades comerciales. Una participante cuenta cómo su práctica fotográfica evolucionó "antes subía las fotos así nomás, ahora plancho cada prenda, pongo mi tapete, busco la luz. Yo solita le fui agarrando el modo" (E1).

La venta online exige también estrategias para sortear la vigilancia algorítmica: "Facebook me bloquea cuando pongo palabras como alopecia o bótox, entonces cambio letras por símbolos para que pase el algoritmo" (E4). Además, los bloqueos son también una forma de precarización digital: "me llegaron a bloquear 24 o 72 horas sin poder publicar, tuve que hacer otro Facebook por si me cerraban el primero [...] antes podía publicar en 20 grupos, ahora

sólo me deja en 10" (E2). Por su parte, *Marketplace* aunque útil, es especialmente restrictivo: "Me quiere vetar [cuando usa Marketplace] dice que mis productos son engañosos, aunque no lo son". (E6).

Ante estas restricciones las vendedoras tratan de darle vuelta a partir de los conocimientos prácticos que tienen de la red "tengo que pixelear fotos para que no me las tumbe el algoritmo" (E4), también contaron experiencias como "me bajaron las fotos por supuesto uso de propiedad intelectual, aunque era artesanía. Entonces, tuve que camuflar las fotos para que duraran más tiempo publicadas" (E7).

Las participantes también perciben un aumento de la competencia en este tipo de actividad: "hay mucha envidia, te reportan para que te bloqueen" (E2); "Donde ven que funciona algo, lo empiezan a copiar" (E1), "me entristeció mucho que una clienta me hiciera competencia, sí pega en el ánimo" (E3). Por lo tanto, la digitalización del trabajo no reduce la carga ni estabiliza los ingresos, por el contrario, introduce nuevas vulnerabilidades como dependencia de plataformas, saturación, vigilancia y reglas opacas.

3.4 Riesgos, violencia y geografías del miedo

La dimensión de seguridad atraviesa todas las entrevistas. Las vendedoras reconocen que entregar mercancía en la calle implica riesgos físicos, sexuales y simbólicos. Por ello, desarrollan estrategias de autoprotección que forman parte integral del trabajo. Los peligros más mencionados son:

Acoso sexual: "un tipo quería que me probara las zapatillas y que le mandara fotos, luego ofreció masajearme los pies" (E2). Incluso mencionan no vender a hombres para evitar experiencias de este tipo, mencionado "con algunos hombres hay más cuidado, no sabes quién esta del otro lado" (E3) o "evito perfiles de hombres porque varios mandan mensajes raros" (E6).

Vigilancia en puntos de entrega: "me estaba vigilando en la plazuela, ya no me sentí segura de entregar ahí" (E7). Incluso

cuando han tenido dificultades con la policía "cuando llegó la policía avisábamos en los grupos para que no fueran, por la necesidad seguíamos bajo el agua".

Desaparición de mujeres: "muchas vendedoras han desaparecido entregando, eso es muy común verlo en Facebook" (E4). Es por ello que ante historias o experiencias de robos o desapariciones las vendedoras dicen "nunca entrego en lugares solos" (E4).

Ante estos peligros, las vendedoras han creado estrategias de cuidado colectivo, por ejemplo: "siempre aviso a mi mamá antes de salir, le digo los puntos, ella es policía y se pone cerca" (E4); "nunca entrego en lugares solos, siempre busco avenidas o puntos con gente" (E7). La venta online, paradójicamente, requiere presencia física en espacios urbanos inseguros, obligando a las vendedoras a generar micro-geografías de seguridad en la ciudad.

3.5 Ambivalencia emocional: ansiedad, orgullo, compañerismo

El trabajo emocional que sostienen las vendedoras es profundo. Se observa una doble tensión emocional: por un lado, la satisfacción, orgullo y autonomía que produce generar su propio ingreso: "es hobby pero también trabajo, que me gusta y me distrae" (E1); por otro lado, el estrés, miedo y frustración constantes: "antes sí me quedaban mal y me daba mucho coraje, hoy ya tengo mis clientas" (E1). Las expresiones anteriormente citadas evidencian el *surface acting* (Hochschild, 1983), ya que las vendedoras mantienen una actitud cordial ante incumplimientos o regateos que les generan enojo.

En términos de Hochschild (1983), las jóvenes vendedoras realizan trabajo emocional ya que, regulan sus propios sentimientos, modulan expresiones afectivas al momento de hacer transacciones y para sostener las relaciones e interacciones con sus clientas. Por ejemplo, entre las emociones negativas las participantes narraron: "me da ansiedad cuando me quedan mal, porque es mi tiempo y mi trabajo" (E3); "A veces digo: esta semana estuvo bien

floja, no sé cómo voy a salir" (E2). Dentro de las emociones positivas ellas contaron: "me gusta conocer clientas que luego se vuelvan amigas" (E3); "me encanta buscar mercancía, me emociona cuando algo se vende bien" (E2).

También se observaron narrativas cargadas de emociones positivas y negativas: "es un trabajo informal, pero me siento orgullosa y a la vez me cansa muchísimo" (E4). La ambivalencia emocional es una constante: las vendedoras experimentan simultáneamente precariedad y agencia, cansancio y autonomía, miedo y satisfacción. La gestión de emociones no es secundaria, para ellas vender implica mostrarse accesibles, amables, pacientes y/o entusiastas, incluso en contextos de incertidumbre económica o momentos de frustración.

3.6 Vender entre mujeres y para mujeres

Una coincidencia contundente en las entrevistas es que tanto vendedoras como clientas son, casi en su totalidad, mujeres "en los grupos somos puras chavas, es como un ciclo: compras, vendes, recompras" (E5). Algunas razones expresadas son:

Confianza y seguridad: algunas participantes señalan que les resulta más sencillo interactuar con otras mujeres que con hombres desconocidos: "es más fácil confiar en una mujer desconocida que en un hombre" (E4). Este elemento es relevante en un contexto donde muy probablemente las personas no se conocen previamente.

Afinidad de productos: este elemento puede reforzar la feminización de los espacios, al ofrecer artículos dirigidos a un público específico, por ejemplo, mencionan: "lencería, ropa de niña, maquillaje, todo eso lo compran las mujeres" (E3).

Consumo circular: lo cual permite prolongar la vida útil de los productos y facilitar el acceso a bienes con un menor costo, generando circuitos de intercambio donde las mujeres se convierten tanto en proveedoras como en consumidoras: "hay mucho trueque y ropa usada en buen estado, entre mujeres nos la pasamos" (E5).

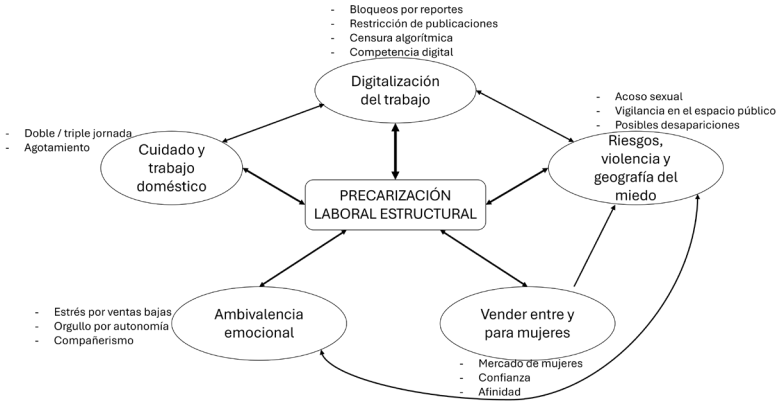
Redes de recomendación: este elemento se vuelve central en la continuidad de la laboral, ya que estas recomendaciones fortalecen la confianza y consolidad las redes comerciales: "si una clienta queda bien, la recomiendan" (E5)

En conjunto, estos elementos muestran que este mercado de mujeres que venden a mujeres es sostenido por vínculos, afectos, recomendaciones y prácticas de autocuidado entre mujeres.

3.7 Precarización laboral como categoría central

La Figura 1 representa un modelo relacional del fenómeno laboral de las *nenis*, donde la precarización laboral estructural funciona como categoría central que organiza, condiciona y atraviesa todas las dimensiones analíticas. Este estilo de análisis se alinea con enfoques sociológicos sobre el trabajo informal, digitalización, economía del cuidado y violencia de género, así como con los principios de la teoría fundamentada, que permite identificar un núcleo articulador y flujo de influencias entre categorías.

FIGURA 1
PRECARIZACIÓN LABORAL COMO CATEGORÍA CENTRAL



La precarización laboral estructural ocupa el nodo central ya que, constituye el origen de la entrada al trabajo digital informal. Además, explica la imposibilidad de acceso a empleo formales dignos o compatibles con el cuidado lo que produce una vulnerabilidad constante, teniendo como efecto tanto sobrecarga de trabajo, como dependencia de plataformas y exposición al riesgo.

La precarización laboral obliga a las mujeres a adoptar ocupaciones que puedan "acomodarse" al trabajo doméstico y de cuidados. Las entrevistas describen dobles y triples jornadas, horarios fragmentados y conciliación forzada. La venta digital aparece como única opción para combinar responsabilidades, pero sin resolver la sobrecarga.

Así mismo, la digitalización aparece como extensión de la precarización, ya que las mujeres dependen de plataformas que puede ser volátiles, censura algorítmica, bloqueos y competencia saturada en grupos de Facebook. La inequidad laboral en el mercado de trabajo empuja hacia el autoempleo digital y las exigencias algorítmicas (horario 24/7, seguir publicaciones) intensifican la fragmentación del tiempo.

El desarrollo de esta actividad como forma de enfrentar la precariedad del mercado del trabajo, expone a las mujeres a espacios públicos inseguros, donde las mujeres evidencian que hay zonas peligrosas de entrega, se exponen al acoso sexual en sus comunicaciones digitales e incluso, riesgo de desaparición. Esto las ha llevado a desarrollar estrategias de autoprotección, ya que los riesgos y la exposición a la violencia las ha hecho experimentar emociones como el miedo y la ansiedad. Estas emociones se conjugan con los propios de la actividad, viviendo tensiones ente ansiedad (bloqueos en la red, bajas ventas, riesgos), orgullo (autonomía económica), satisfacción (ventas exitosas, relaciones agradables) y frustración (clientes incumplidas, competencia desleal).

Finalmente, se observa que la práctica de vender entre mujeres y para mujeres, surge como una respuesta protectora ante la inseguridad y el acoso. Las mujeres fortalecen el habito de consumo entre pares para reducir riesgos y reforzar la confianza. La

violencia estructural de género genera dinámicas de no considerar a los hombres como compradores potenciales, este mercado de sólo mujeres no sólo genera seguridad, también puede mejorar la experiencia y reducir la ansiedad.

4. Discusión

Los hallazgos evidencian que el fenómeno de las *nenis* no puede ser interpretado únicamente como un emprendimiento juvenil ni como estrategia de generación de ingresos flexibles. Dado lo cual, emerge como una forma de mercado de trabajo de y para mujeres, profundamente articulada por la precarización laboral, el régimen emocional neoliberal y la economía del cuidado.

En línea con Lorey (2016), las experiencias de las entrevistadas permiten observar el cómo la precariedad opera simultáneamente como condición vital, dispositivo de control y mecanismo de diferenciación, Las mujeres jóvenes entrevistadas interiorizan una vulnerabilidad estructural que se manifiesta en trayectorias laborales truncadas, salarios insuficientes, ausencia de derechos laboral y la imposibilidad de insertarse de empleos formales compatibles con el rol materno o el rol de estudiante. En este contexto, el ingreso al trabajo informal digital no es una elección en total libertad, sino una respuesta obligada a la inseguridad laboral, confirmado la tesis de Butler (2016) sobre la precariedad como tecnología política que clasifica qué vidas son sostenibles.

Es importante subrayar que la venta digital informal no elimina la precariedad, la reconfigura. La dependencia a las plataformas digitales introduce formas de precarización algorítmica (bloqueos, censuras, reportes), mientras que la entrega presencial expone a las mujeres a riesgos físicos (efectos de la violencia de género), produciendo geografías del miedo que condicionan la movilidad y sus decisiones laborales. Esto coincide con aportes feministas latinoamericanas que han documentado

cómo los cuerpos de las mujeres circulan en espacios urbanos jerarquizados por el riesgo.

Por otra parte, los resultados confirman la importancia del trabajo emocional (Hochschild, 1983) como elemento constitutivo del trabajo *neni*. Las mujeres describen tensiones entre ansiedad y orgullo, cansancio y agencia, vulnerabilidad y creatividad. La exigencia de mostrarse disponibles, resilientes y agradecidas en todo momento transforma la subjetividad en instrumento productivo. En sintonía con Gill (2008) e Illouz (2007), se observa que las plataformas digitales producen un régimen afectivo que exige amabilidad, disponibilidad 24/7, gratitud, incluso bajo condiciones de explotación.

La precariedad afectiva, puede entenderse, como dimensión psíquica de la precarización estructural: una condición en la que la inseguridad económica se traduce en ansiedad anticipatoria, ambivalencia constante y necesidad de autorregulación emocional intensiva. Este hallazgo aporta a los estudios sobre trabajo informal digital, al poner sobre la mesa que la explotación no se limita solamente a la ausencia de derechos laborales, sino que se extiende a la apropiación de energía emocional y disponibilidad subjetivada.

Sin embargo, ante la precariedad de vida y precarización algorítmica, se generan prácticas de subversión hacia esta racionalidad neoliberal que individualiza el riesgo, y construyen territorios simbólicos de confianza entre mujeres (Pérez Orozco, 2014). Las redes de confianza, las recomendaciones y el apoyo mutuo, funcionan como dispositivos de contención emocional frente a la violencia y la competencia (características del neoliberalismo); no obstante, estas prácticas solidarias no eliminan la inestabilidad estructural. En este sentido, el estudio muestra como el trabajo informal digital de jóvenes mujeres se articula en tres dimensiones: precarización económica, intensificación del trabajo emocional y producción de ambivalencia afectiva. La figura de la "mujer emprendedora" invisibiliza esta complejidad al presentar como elección individual la autonomía laboral, cuando en realidad es una

emergente respuesta a un contexto de segregación y exclusión laboral atravesada por el género.

Reconocer a la precariedad afectiva como categoría analítica permite visibilizar que el capitalismo digital, además de reorganizar el mercado laboral, reorganizar las formas de sentir, gestionar y vivir el trabajo.

5. Conclusiones

La investigación muestra que el trabajo de las *nenis* constituye una expresión contemporánea de la precariedad laboral feminizada, caracterizada por la intersección de desigualdad económica, violencia de género, trabajo de cuidados no remunerado y dependencia tecnológica. Las jóvenes participantes ingresan a este tipo de actividad no tanto por un deseo emprendedor, sino por la falta de alternativas laborales dignas.

Este trabajo digital informal ofrece flexibilidad, pero simultáneamente impone carga emocional, vigilancia algorítmica y sobreexposición al riesgo, reproduciendo lógicas de explotación y autoexplotación. Las emociones ambivalentes que emergen (ansiedad, orgullo, frustración, satisfacción) dan cuenta del carácter contradictorio del trabajo en entornos digitales, donde la autonomía convive con la inseguridad estructural. Dado lo cual, la precariedad afectiva puede entenderse como la dimensión subjetiva y emocional de la precarización estructural: un proceso en el que la energía afectiva y la estabilidad emocional se convierten en recursos productivos explotables. El trabajo de las *nenis* muestra como la explotación contemporánea opera atravesada por contextos de un mercado laboral de bajos salarios o ausencia de derechos y también en la apropiación de disponibilidad emocional y la internalización del mandado de resiliencia.

Considerando lo anterior, el fenómeno *neni* revela tensiones entre precariedad y agencia, entre individualización y solidaridad,

y entre digitalización y corporalidad, constituyéndose en observatorio que evidencia las transformaciones contemporáneas del trabajo de las mujeres y obliga a repensar las fronteras entre trabajo, vida y afectividad en el capitalismo digital.

Al mismo tiempo, las experiencias de estas mujeres muestran que, aun en escenarios de vulnerabilidad, emergen formas creativas que escapan a la lógica neoliberal, que representan formas de cuidado que sostienen la vida y que cuestionan la ficción del emprendimiento individual. Este trabajo invita a seguir investigando las maneras en que las mujeres negocian, resisten y transforman la precariedad, así como a desarrollar políticas que reconozcan las complejidades del trabajo que realizan las mujeres en la era del capitalismo digital.

Referencias

Alcántara, R.J., Vega, A., Méndez, A. (2022). Caracterización mercadológica de las microemprendedoras locales de bienes y servicios en Hidalgo. (2022). *FACE: Revista De La Facultad De Ciencias Económicas Y Empresariales*, *22*(4), 83-95. https://doi.org/10.24054/face.v22i4.2299

Alvarado, E., y Ocañas-Gallardo, E. (2025). Nenis en México: Análisis multidimensional del empoderamiento femenino en la plataforma X. *Convergencia*, *32*, 1-39. https://doi.org/10.29101/crcs.v32i1.24548

Butler, J. (2016). Prefacio. En I, Lorey *Estado de inseguridad: Gobernar la precariedad*. Traficantes de Sueños. (pp. 13-16).

Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL). (2024). Medición de la pobreza. El CONEVAL presenta información referente a la pobreza laboral al cuarto trimestres de 2024. https://www.coneval.org.mx/Medicion/Paginas/ITLP-IS_pobreza_laboral.aspx

De la Garza, E. (2022). *Trabajo y subjetividad en América Latina: crisis y reconfiguración del trabajo.* Siglo XXI

deviajeconlucia [@devaijeconlucia]. (3 de junio de 2021). Himno de las nenis… neni de Betterware y Mari Kay #marykay #me-

jorware #neni #soyunaneni #nenis [Video]. TikTok. https://www.tiktok.com/@deviajeconluisa/video/6969766277757848838?_r=1&_t=ZS-91QHIe55R1r

Federici, S. (2020). *El patriarcado del salario: Críticas feministas al marxismo*. Traficantes de Sueños.

Galindo, A. C. (2024). Te mando un Whats: Uso y relación del WhatsApp como tecnología vital para las Nenis de Colima. *Juventudes digitales en México*, 67.

Galindo, A. C. y Ceballos, A. (2023). Nenis: algunas prácticas, estrategias y redes de las jóvenes que se autoemplean en lo digital. *Revista Luciérnaga-Comunicación*, *15*(29), 64-82.

García, M. y González, L. (2023). Las NENIS en México: perfil sociodemográfico y estrategias de emprendimiento digital. *Revista Luciérnaga Comunicación*, 15(29), 87-106.

Gill, R. (2008). Culture and subjectivity in neoliberal and postfeminist times. *Subjectivity*, 25(1), 421-445.

Hernández-Ramírez, M., Mojica-Hernández, M., & Gómez-Morales, N. I. (2021). Las nuevas emprendedoras de negocios por internet ("Nenis") y su relevancia económica, social y mercadológica en el contexto de la pandemia covid-19 en México. *Revista De Investigaciones Universidad Del Quindío*, *33*(S1), 225–239. https://doi.org/10.33975/riuq.vol33nS1.495

Hochschild, A. R. (1983). *The managed heart: commercialization of human feeling.* University of California Press.

Illouz, E. (2007). *Cold intimacies: The marking of emotional capitalism*. Polity Press.

Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO). (2021). Las NENIS: fenómeno que visibilizó las desventajas de las mujeres en la economía.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2025). Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE). https://www.inegi.org.mx/programas/enoe/15ymas/#:~:text=Encuesta%20Nacional%20de%20Ocupaci%C3%B3n%20y,a%C3%B1os%20y%20m%C3%A1s%20de%20edad

Lorey, I. (2016). *Estado de inseguridad: Gobernar la precariedad*. Traficantes de Sueños.

Morini, C. (2010). *Por amor o a la fuerza: feminización del trabajo y biopolítica del cuerpo.* Traficante de sueños.

Organización Internacional del Trabajo (OIT). (2012). Del trabajo precario al trabajo decente. Documento final del simposio de los trabajadores sobre políticas y reglamentación para luchar contra el empleo precario. OIT

Pérez Orozco, A. (2014). *Subversión feminista de la economía: Aportes para un debate sobre el conflicto capital-vida*. Madrid: Traficantes de Sueños.

Quezada, B. (2022). La historia de una Neni: la venta informal desde los bazares en Facebook y la resignificación de la precariedad. *Contextualizaciones Latinoamericanas*, *1*(26). https://doi.org/10.32870/cl.v1i26.7937

Souza, R.V. y Munhoz, N.S. (2013). Consumo colaborativo em bazares de trocas do Facebook: Uma investigação no bazar de trocas da estilo. In *Intercom—Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*.

Strauss, A. y Corbin, J. (2002). Bases de la investigación cualitativa: técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada. Universidad de Antioquia.