

ARTÍCULO DE DIVULGACIÓN

EMPREENDEDORAS "NENIS" EN UMÁN, YUCATÁN: BARRERAS Y OPORTUNIDADES A LAS QUE SE ENFRENTAN

"NENIS" ENTREPRENEURS IN UMÁN, YUCATÁN: BARRIERS AND OPPORTUNITIES THEY FACE

Nota: Foto de Natee Meepian's. Canva.

REVISTA OJELT
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA METROPOLITANA
ISSN: 3122-4296. Volumen 3. Número 5, 2024.

Ingrid Amairany Briceño Can¹

ingridbriceno388@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0008-5325-7105>

Gladis Jannet Chan Baas¹

jannetchan25@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0006-1862-7794>

Daniel Alejandro Ek Canul¹

Dani93706@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0002-7788-3748>

Carlos Andrey Moo Pech¹

andreymoopech12@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0007-4217-6687>

Luis Angel Rodríguez May¹

Luian031119@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0004-0642-6456>

Liliana Carolina Zapata Arceo¹

liliana.zapata@transporteyucatan.org.mx

<https://orcid.org/0009-0008-7506-7417>

Tanya Vanesa Ponce Sosa²

tanya.ponce@utmetropolitana.edu.mx

<https://orcid.org/0000-0001-9263-2985>

¹ Técnico Superior Universitario Área Formulación y Evaluación de Proyectos. Estudiante de la Licenciatura en Gestión de Negocios y Proyectos Universidad Tecnológica Metropolitana.

² Doctora en Ciencias Sociales. Profesora investigadora. Universidad Tecnológica Metropolitana.

RESUMEN

El presente estudio aborda el fenómeno de las “nenis” en el municipio de Umán, Yucatán, mujeres emprendedoras que, ante la falta de oportunidades laborales formales, han recurrido al comercio informal a través de plataformas digitales. El objetivo principal fue identificar barreras y oportunidades que enfrentan estas emprendedoras, como el acceso limitado a financiamiento, capacitación y redes de apoyo, así como los beneficios derivados del uso de redes sociales para promover sus negocios. La metodología cualitativa, basada en entrevistas a diez mujeres, permitió comprender sus experiencias y desafíos, tales como la carga de roles familiares y laborales, las restricciones de capital y la competencia en el mercado. Los hallazgos destacan la importancia de las redes de apoyo y el uso estratégico de plataformas digitales para impulsar su actividad comercial. Además, se enfatiza su capacidad de resiliencia y adaptación, así como su impacto en el ámbito económico y social al dinamizar la economía local y superar barreras de género. El estudio concluye que las “nenis” no solo contribuyen con sus comunidades, sino que representan un ejemplo de empoderamiento femenino que requiere mayor reconocimiento y apoyo institucional para potenciar su desarrollo y sostenibilidad. Se sugiere la implementación de políticas públicas y programas específicos que promuevan su integración a la economía formal y fortalezcan sus capacidades como emprendedoras.

Palabras clave: Mujer, emprendimiento, rol de género.

ABSTRACT

This study addresses the phenomenon of “nenis” in the municipality of Uman, Yucatan, entrepreneurial women who, faced with a lack of formal employment opportunities, have turned to informal commerce through digital platforms. The main objective was to identify barriers and opportunities faced by these entrepreneurs, such as limited access to financing, training and support networks, as well as the benefits derived from the use of social networks to promote their businesses. The qualitative methodology, based on interviews with ten women, allowed us to understand their experiences and challenges, such as the burden of family and work roles, capital restrictions and competition in the market. The findings highlight the importance of support networks and the strategic use of digital platforms to boost their business activity. In addition, their capacity for resilience and adaptation is emphasized, as well as their impact in the economic and social sphere by boosting the local economy and overcoming gender barriers. The study concludes that “nenis” not only contribute with their communities but also represent an example of female empowerment and human capital that requires greater recognition and institutional support to enhance its development and sustainability. It is suggested

that public policies and specific programs be implemented to promote their integration into the formal economy and strengthen their entrepreneurial capabilities.

Keywords: Woman, entrepreneurship, gender role.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación describe la manera en cómo las mujeres se han integrado a la sociedad y a las plataformas digitales, por este medio en el municipio de Umán, Yucatán, estas mujeres han enfrentado los principales retos en su actividad diaria y los recursos disponibles para alcanzar el éxito al desarrollar sus negocios. En muchos municipios, las “nenis”, enfrentan una serie de dificultades y posibilidades únicas que afectan su capacidad para iniciar y mantener negocios informales exitosos. Esto busca explorar y comprender las experiencias de estas mujeres, identificando las barreras estructurales, sociales y económicas que enfrentan, así como los beneficios que pueden aprovechar para mejorar su situación económica y social.

Este fenómeno surge a raíz de la necesidad económica en los hogares de las mujeres, mismas que al no contar con la experiencia laboral para adquirir un empleo formal se ven obligadas a tener un emprendimiento informal. Estas mujeres han tenido que hacer un equilibrio entre sus familias, tareas del hogar y la administración de un empleo propio para poder solventarse. Este acontecimiento se impulsó durante la pandemia de Covid-19. Según datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI]:

El número de mujeres en actividades económicas informales aumentó significativamente durante la pandemia, debido a la necesidad de generar ingresos para el sustento familiar. Durante la pandemia por el Covid-19, el punto más alto de la desocupación femenina se dio en el tercer trimestre de 2020: alcanzo un nivel de 4.8%. Para el cuarto trimestre de 2022, la tasa fue de 3.1% (p. 1).

En los últimos años, ha emergido un fenómeno social y económico significativo en México: las “nenis”. Este término, inicialmente utilizado de manera despectiva, se ha resignificado para describir a mujeres emprendedoras que han encontrado en las plataformas digitales una vía para desarrollar sus negocios y generar ingresos.

El objetivo general es identificar las barreras y oportunidades principales que enfrentan estas mujeres, incluyendo factores como el acceso a financiamiento, el apoyo institucional y el uso de redes sociales. A nivel específico, se busca determinar cómo las normas sociales afectan sus emprendimientos, explorar el impacto de las redes sociales en la construcción de su identidad empresarial y comprender las motivaciones que impulsan su participación en el comercio digital.

A la vez, estas vendedoras autónomas identifican las áreas de mejora para su situación económica, como el acceso a redes de apoyo y la demanda creciente de productos y servicios que ofrecen. se propone examinar en profundidad los impedimentos y oportunidades que experimentan estas mujeres desde un enfoque cualitativo, buscan-

do ofrecer una comprensión más completa del fenómeno. Estas mujeres son objeto de críticas y desvalorización por sus actividades, lo que refuerza la desigualdad de género, que devalúa su rol de vendedoras autónomas y las someten a críticas por el tipo de actividades desarrolladas. Muchas de ellas deben lidiar con el doble rol de ser proveedoras y, al mismo tiempo, cumplir con las responsabilidades del hogar. Esta sobrecarga de trabajo puede generar un desgaste emocional y físico que limita su capacidad para expandir sus negocios o dedicar tiempo al desarrollo personal y profesional.

Este estudio es relevante por varias razones. En primer lugar, aborda un fenómeno económico y social que tiene implicaciones significativas para el empoderamiento femenino y el desarrollo económico local. Al visibilizar las experiencias de las “nenis”, se contribuye a romper con estigmas sociales ya reconocer el valor del trabajo de estas mujeres como una fuerza transformadora en sus comunidades.

Este estudio tiene como propósito principal identificar las barreras y oportunidades principales que enfrentan las mujeres emprendedoras informales en Umán, Yucatán, específicamente aquellas que participan en el comercio digital a través de plataformas como redes sociales. Se busca explorar cómo estas mujeres navegan por los desafíos sociales, económicos y culturales en su día a día, y cómo estas barreras impactan en su éxito. De igual manera, se pretende examinar el impacto de las redes sociales en la construcción de su identidad y en la promoción de sus negocios, así como identificar las motivaciones que las impulsan a iniciar un negocio en línea y las áreas en las que necesitan más apoyo para mejorar su situación eco-

nómica y social.

En segundo lugar, este proyecto tiene el potencial de generar conocimiento práctico que puede ser utilizado para diseñar políticas públicas y programas de apoyo que promuevan el emprendimiento femenino. Al identificar las barreras estructurales y sociales que enfrentan las “nenis”, se pueden proponer soluciones que fomenten su integración en la economía formal y su acceso a recursos como financiamiento, capacitación y redes de apoyo.

En la actualidad, muchas mujeres en México, en especial aquellas que residen en municipios rurales y semiurbanos como Umán, se enfrentan a una realidad económica compleja, donde la falta de empleo formal y las responsabilidades domésticas los limitan a participar activamente en la economía formal. Este fenómeno, sumado a la creciente importancia de las plataformas digitales en el comercio informal, ha permitido la creación de una nueva generación de emprendedoras conocidas como “nenis”. Estas mujeres han encontrado en el uso de plataformas como Facebook, WhatsApp e Instagram una oportunidad para generar ingresos mediante la venta de productos, sin tener que abandonar sus hogares ni sus responsabilidades familiares. Sin embargo, su participación en esta actividad está marcada por diversas barreras estructurales, sociales y económicas que dificultan su acceso a recursos y limitan su capacidad para expandir sus negocios.

Uno de los principales retos que enfrentan estas emprendedoras es la falta de acceso a financiamiento formal, lo que limita la posibilidad de expandir sus negocios y mejorar su infraestructura. A esto se suman las dificultades para acceder a

programas de capacitación en gestión empresarial y las redes de apoyo, que son fundamentales para su desarrollo y éxito. Además, las normas sociales que dictan los roles tradicionales de género también influyen de manera significativa en la forma en que estas mujeres son percibidas por la sociedad, lo que les impide ser reconocidas como emprendedoras legítimas y contribuir a que sean invisibilizadas de su trabajo económico. A pesar de estos obstáculos, las “nenis” continúan desempeñando un papel fundamental en la economía informal, lo que ha sido especialmente visible en la pandemia, cuando muchas de ellas encontraron en el emprendimiento digital una manera de sobrevivir económicamente.

Se expone cómo las mujeres deben equilibrar sus responsabilidades domésticas y laborales, lo que genera una sobrecarga que limita su capacidad para desarrollarse plenamente como emprendedoras (Zapata, et al., 2022). En este contexto, las mujeres en Yucatán, como en otras partes de América Latina, enfrentan desafíos adicionales relacionados con las normas sociales tradicionales que las relegan a roles domésticos y carecen de acceso a recursos que faciliten su emprendimiento (Wilson, et al, 2022). A pesar de estos obstáculos, la resiliencia y la capacidad de adaptación de las mujeres “nenis” han permitido que muchos emprendimientos informales logren el éxito a través de la innovación y la flexibilidad que ofrecen las plataformas digitales.

La literatura existente sobre este tema aborda conceptos clave como desigualdad de género, mercado, negocios dirigidos por mujeres, roles de género y éxito de las mujeres, destacando cómo las redes sociales han sido un catalizador

para el desarrollo de negocios informales liderados por mujeres. A través de estas herramientas, las “nenis” han logrado superar barreras significativas, pero también enfrentar desafíos estructurales.

Esta investigación radica en la necesidad de visibilizar el fenómeno de las “nenis” como un fenómeno económico y social relevante, que tiene el potencial de transformar la estructura de la economía local en Umán, Yucatán. Al comprender mejor las barreras y oportunidades que enfrentan las mujeres emprendedoras informales, se pueden diseñar políticas públicas y programas de apoyo que fortalezcan su papel en la economía y contribuyan a la reducción de la desigualdad de género. La investigación también busca ofrecer una visión de las experiencias de estas mujeres, destacando tanto los desafíos como las oportunidades que pueden aprovechar para mejorar su situación económica y social, así como el acceso a redes de apoyo y recursos financieros que les permitirán expandir sus negocios.

RESULTADOS

Los resultados obtenidos en esta investigación han sido organizados y presentados siguiendo un enfoque metodológico basado en las respuestas de las entrevistas aplicadas a diez mujeres emprendedoras. Se analizarán aspectos relacionados con las oportunidades que se les presentan a estas mujeres al vender por internet, destacando su participación en el sector terciario y los tipos de negocios desarrollados, brindando un panorama de su actividad empresarial. De igual forma se presentan hallazgos relacionados a las limitaciones y obstáculos que

enfrentan estas mujeres.

Oportunidades de las "nenis"

Las mujeres con negocios informales se enfrentan a diversas oportunidades día con día, las cuales les permiten seguir creciendo sus negocios y emprendimientos.

Figura 1. Eje de oportunidades



Fuente: Elaboración propia

Entre estas posibilidades está los espacios seguros que les brindan más comodidad a la hora de vender y al hacer sus entregas, lo cual es una gran ventaja para las vendedoras y para sus clientes ya que no se exponen a lugares que pongan en riesgo su integridad y sus ventas. De acuerdo con Xool (2023):

Las "nenis" yucatecas tienen su propio parque en la ciudad de Umán en donde libremente pueden vender sus productos y hacer sus entregas cualquier día de la semana. Naomi Reyes Cárdenas, directora para la Atención y Protección a la Mujer en dicha localidad, y también encargada de dirigir a las "nenis" umanenses, dijo que la designación del parque facilita esta actividad comercial (p.1).

Sí, demasiado. Tener lugares seguros para hacer las entregas hace una gran diferencia, porque nos da tranquilidad tanto a nosotros como a los clientes. A mí, personalmente, me gusta hacer entregas en parques o lugares bien iluminados, y siento que eso ha ayudado a que mis clientes se sientan más confiados al hacer una compra conmigo. (Karla, 33 años, soltera, vendedora por internet)

Respecto a las redes sociales, la "nenis" las utilizan como una herramienta de tra-

bajo, de acuerdo con Galindo y Ceballos (2023) “las plataformas socio digitales constituyen herramientas que brindan a estas mujeres funciones más rápidas para ampliar su base de clientes y flexibilizar en muchos sentidos sus tareas como emprendedoras, vendedoras o prestadoras de servicios diversos”. Muchas de ellas crean perfiles de Facebook dedicándose exclusivamente en su negocio, sin embargo, hay quienes utilizan sus perfiles personales para publicar sus ventas, donde comparten imágenes de sus productos, describen sus características y detallan sus precios.

Mis ventas las publico por redes sociales. Además, que, trato de interactuar más con las personas que me compran, lo que me ayuda a mantener su interés y atraer nuevos clientes. (Sofía, 29 años, casada, vendedora por internet)

Al ser emprendedoras informales disfrutan de una gran flexibilidad en sus horarios de trabajo. Esta característica es una de las principales ventajas de su modelo de negocio y representa una adaptación a las necesidades y realidades de muchas mujeres en la comunidad. De acuerdo con García y González (2021):

A falta de empleos más flexibles, el emprendimiento desde las plataformas digitales y aplicaciones ha sido una opción para que las mujeres puedan generar un ingreso sin abandonar sus actividades en casa, sin tener un horario fijo u obligaciones que impidan que se dedican a otras labores o trabajos (p.1).

Trabajo en casa, en las mañanas y en las tardes pues me dedico más a mi casa, como mis hijos van a la escuela, entonces tengo más tiempo de dedicarle pues a esto de las ventas por las mañanas y así. (Juliana, 42 años, casada, vendedora por internet).

Las redes de apoyo son un pilar indispensable en la vida de estas mujeres, tanto en sus negocios como en sus familias ya que en diversas ocasiones son su motivación para hacer sus labores y para salir adelante. Desde madres que alientan a sus hijas hasta esposos que brindan el apoyo económico para que estas mujeres inicien o sigan construyendo su negocio.

De hecho, mi mamá es la que me dijo “hija vamos a ir a vender, hay ropas de las niñas que ya no les queda, que no sé qué” y yo le dije, Ay, no, mamá, me da pena, le digo. Mi mamá me dice “¿Por qué te va a dar pena? Si pena es robar me dice. (Sara, 42 años, casada, vendedora por internet)

Cuando inicié, la primera inversión que hice fue del sueldo de mi esposo y de algunos ahorros. (Juliana, 42 años, casada, vendedora por internet).

El contar con personas de confianza que impulsen tus sueños o que extiendan su ayuda en momentos donde se necesita es un gran motor para estas mujeres, por ejemplo, Sara (casada, de 42 años) quien gracias a su mamá se animó a vender por primera vez y a vencer sus miedos, iniciando así un negocio que no solo le llena, sino que le deja un ingreso extra para su hogar.

Barreras a las que se enfrentan las “nenis”

Las mujeres con negocios informales se enfrentan a diversos retos, que en su ma-

yoría les impide el crecimiento de sus negocios. Entre estas limitaciones se identificaron algunas que son las que más se repiten en su día a día (figura 2).

Figura 2. Limitaciones



Nota: Elaboración propia.

Se identificó la ausencia de apoyos gubernamentales específicos para este sector como un obstáculo muy recurrente. De acuerdo con Masse (2021) “es difícil conseguir financiamiento. Sólo una de cada tres mujeres en México tiene un crédito bancario”. A pesar de estas adversidades, estas mujeres han logrado enfrentar las limitaciones económicas. Esta falta de respaldo formal obliga a las “nenis” a depender de sus propios recursos y el apoyo familiar para consolidar sus emprendimientos.

No, en mi caso no he recibido apoyo, aunque sé que hay programas disponibles. A veces la información sobre estos programas no es muy accesible o hay muchos requisitos que impiden acceder a ellos. (Juana, 32 años, casada, vendedora por internet).

Los impedimentos identificados por las mujeres están relacionados, otro factor crucial que marcó el inicio y desarrollo de los negocios informales de estas mujeres, comúnmente conocidas como “nenis”, fue la limitación del capital disponible.

Si el dinero lo tengo del sueldo de mi marido, normalmente obtengo un poco de las ganancias de ahora y con el sueldo que me da invierto también un poquito para comprar nuevas cosas y así. O sea, lo invierto igual estén, lo utilizo para la comida, gastos de la casa en general y para cuando me haga falta. (Juliana, 42 años, casada, vendedora por internet)

Algunas de las nenis comenzaron sus emprendimientos con recursos económicos muy reducidos, lo que limitó sus primeras inversiones y restringió su capacidad para expandirse rápidamente.

Básicamente, el mismo dinero que gano lo reinvierto. No me gasto todo lo que me entra en cosas personales; más bien, siempre trato de reservar una parte para comprar cosas nuevas que necesito para mi negocio o para mejorar lo que ya tengo. Es una estrategia que me ha funcionado porque así puedo seguir creciendo poco a poco. No tengo otro ingreso que esté destinando al negocio, así que todo sale de mis ventas. (Karla, 33 años, soltera, vendedora por internet)

Pues cuando empecé, mi esposo me dio el capital y ya fui generando mis ingresos. Siempre estuvo apoyándome, confiando en que podía sacar adelante mi negocio. (Sofía, 29 años, casada, vendedora por internet)

Con relación a la competencia, estas mujeres mencionaron que al no ser muchas vendedoras y al no tener un lugar tan reconocido sus ventas eran más altas al igual que sus ganancias y que ahora ya al popularizarse estos negocios existe un mercado más amplio.

Ajá sí aquí antes de que se ponga este lugar yo como vivo por aquí cerquita cuando mucho me ponía aquí, era mi lugar y te decía que hace 2 años yo vendía más, porque era la única que estaba en este lugar, sin embargo, ahorita hay mucha gente y por eso mis ventas han bajado. (Laura, 35 años, soltera, vendedora por internet).

CONCLUSIONES

El proyecto de investigación sobre las “nenis” en el municipio de Umán ha permitido arrojar luz sobre un fenómeno económico y social relevante que, hasta hace poco, no contaba con suficiente visibilidad. Este grupo de mujeres emprendedoras ha demostrado una notable capacidad para adaptarse a las condiciones del mercado, aprovechando sus fortalezas y enfrentando sus limitaciones con creatividad y resiliencia. Los hallazgos del estudio aportan conocimientos valiosos en los campos de la economía, la sociedad, el ámbito empresarial y el capital humano.

Entre los logros destacados, se resalta la creación y fortalecimiento de redes de apoyo las cuales les permiten compartir conocimientos, experiencias y consejos que enriquecen sus prácticas comerciales. Estas redes, junto con el uso estratégico de redes sociales, les ofrecen una plataforma accesible para promocionar y vender sus productos, manteniendo un tiempo de trabajo flexible que se adapta a sus responsabilidades personales y familiares. Además, se les han proporcionado espacios donde las “nenis” tienen espacios seguros, donde pueden operar sin temor a estigmatización o prejuicios de género, fomentando una comunidad de empoderamiento mutuo.

No obstante, este modelo de negocio enfrenta importantes desafíos que limitan su expansión y sostenibilidad. El mercado saturado, derivado de negocios similares

que compiten por los mismos clientes, dificulta la diferenciación y el crecimiento de sus emprendimientos. Asimismo, las “nenis” enfrentan una competencia significativa contra plataformas grandes. De igual manera otro obstáculo es la falta de recursos disponibles para estas emprendedoras. Muchas tienen capital limitado, lo que les impide invertir en inventarios más grandes, publicidad efectiva o herramientas.

A pesar de estos retos, las “nenis” han logrado demostrar su impacto en varios niveles. En el ámbito económico, se consolidan como un pilar importante de la economía informal al generar ingresos para sus familias y dinamizar el comercio local. Desde una perspectiva social, su capacidad para superar barreras de género y construir espacios de colaboración y aprendizaje colectivo redefine el concepto de comunidad y empoderamiento femenino. En el ámbito empresarial, las prácticas innovadoras de las “nenis”, como el uso de marketing digital y la atención personalizada, presentan un modelo de negocio que puede inspirar a otros emprendedores.

Finalmente, las “nenis” representan un ejemplo claro de cómo la creatividad, la resiliencia y el trabajo en equipo pueden transformar pequeños emprendimientos en motores de cambio local. Este proyecto de investigación no solo subraya la importancia de reconocer sus contribuciones, sino también la necesidad de generar políticas públicas y estrategias de apoyo que les permitan superar sus desafíos y potenciar su crecimiento. Uno de los aspectos más destacados es el empoderamiento de las “nenis”. A través de sus actividades comerciales, estas mujeres no solo generan ingresos, sino que también desarrollan confianza en sí mismas, independencia económica y un sentido de identidad como trabajadoras. Este empoderamiento se refleja en su capacidad para tomar decisiones sobre sus negocios, gestionar su tiempo de manera flexible y equilibrar sus responsabilidades personales y laborales. Además, han creado espacios seguros y redes de apoyo que les permiten intercambiar experiencias, conocimientos y motivación, fortaleciendo su sentido de comunidad y sororidad.

REFERENCIAS

- Aguilera, K. (2021) “Las nenis”: el empoderamiento femenino y la revolución de la economía en tiempos pandémicos. UNAM. <https://coordinaciongenero.unam.mx/2021/12/las-nenis/>
- Ávila, H. F., González, M. M., & Licea, S. M. (2020). La entrevista y la encuesta: ¿métodos o técnicas de indagación empírica? *Didasc@lia: didáctica y educación*, 11(3), 62-79. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7692391>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2020). *Inclusión y formalización laboral en América Latina y el Caribe: Desafíos y perspectivas*. CEPAL. <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/8d735b-bb-0d2a-4b8e-a4f4-828e7e357a82/content>
- Galindo-Núñez, A. C. y Ceballos-Arellano, A. C. (2023). Nenis: Algunas Prácticas, Estrategias Y Redes De Las Jóvenes Que Se Autoemplean En Lo Digital. *Luciérnaga Comunicación*, 15(29), 64-82. Recuperado a partir de <https://revistas.elpoli.edu.co/index.php/luc/article/view/2258>
- García, A. C. y González, J. R. (2022). Empleo informal en plataformas digitales: las Nuevas Emprendedoras de Negocios en Internet (NENIs). *Caleidoscopio* -

- Revista Semestral de Ciencias Sociales y Humanidades, 26(47). <https://doi.org/10.33064/47crscsh3736>
- Hernández Ramírez, M., Mojica Hernández, M., y Gómez Morales, N. (30 de abril de 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
- Hernández-Sampieri, R. & Mendoza, C (2018). Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. Ciudad de México, México: Editorial Mc Graw Hill Education. p. http://www.biblioteca.cij.gob.mx/archivos/materiales_de_consulta/drogas_de_abuso/articulos/sampierilasrutas.pdf
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía, [INEGI]. (2023). Estadísticas a propósito del día internacional de la mujer. <https://www.inegi.org.mx/app/sala-deprensa/noticia.html?id=8043>
- Masse, F. (2021). Nenis: Fenómeno que visibilizó las desventajas de las mujeres en la economía. El Economista. <https://www.eleconomista.com.mx/capital-humano/Nenis-Fenomeno-que-visibilizo-las-desventajas-de-las-mujeres-en-la-economia-20210716-0056.html>
- Núñez, A. C. G., & Arellano, A. C. C. (2023). Nenis: algunas prácticas, estrategias y redes de las jóvenes que se auto-emplean en lo digital. Revista Luciérnaga-Comunicación, 15(29), 64-82.
- Wilson Corral, G., Alcázar Olán, R. y Rivera Martínez, P. (2022). Violencia de género: Cómo reconocerla y cuidar de ti misma. Pensamientos y emociones en la mujer víctima de violencia. CONCYTEP. <https://concytep.gob.mx/publicaciones/libro-c-l-2022-10-137-violencia-de-genero-como-reconocerla-y-cuidar-de-ti-misma-pensamientos-y-emociones-en-la-mujer-victima-de-violencia>
- Xool, O. (2023). 'Nenis' yucatecas tienen su propio parque para vender. Posta Yucatán. <https://yucatan.posta.com.mx/mexico/nenis-yucatecas-tienen-su-propio-parque-para-vender/vl1529576>
- Zapata Aguilar, J., Cabrera Ignacio, E., Cruz Díaz, O., Cupul Rosado, C., Pérez Cervera, L., Moo Novelo, C. (2019). Equidad de Género: Una visión compartida. Universidad Tecnológica Metropolitana. https://www.utmetrida.edu.mx/_files/ugd/3fe6fb_fad-0b7aecce84e96bfebe704a3181e00.pdf