



## **Las nenis. El empoderamiento femenino y la revolución de la economía durante la pandemia.**

Con la pandemia por #Covid19 la economía tuvo una recesión a nivel mundial, muchos trabajos y negocios cerraron debido a la paralización de los mercados.

Dejamos de consumir cosas que no eran esenciales en el día a día, y lo sustituimos por nuevos. En muchas familias el comercio electrónico cobró gran relevancia como medio de entretenimiento, pero también para cubrir sus necesidades básicas. Nuestras casas fueron nuestros espacios para vivir y no sólo para dormir.

En esta modalidad muchas mujeres jefas de familia emprendieron para buscar el sustento de sus familias y las redes sociales sirvieron de grandes aliadas para promocionar sus productos, tal como lo hacen las multinacionales al ofrecer sus productos y servicios.

Las mujeres fueron las más afectadas en la recesión de la economía, ya que en comparación con sus pares hombres muchas laboraban en condiciones precarias o sin garantías de seguridad social por lo que la ola de despidos se dio de manera masiva sin ninguna garantía que cubriera sus gastos fijos de cada día.

Datos del IMCO indican que 1.3 millones de mexicanas perdieron su empleo, por lo que muchas optaron por emprender. Para poder ofrecer y vender sus productos, las emprendedoras tomaron ventaja de las redes sociales; estas prácticas se caracterizan por el uso de expresiones como: *“voy a cerrar pedido”*, *“entrego en punto medio, hermosa”* y demás, como una forma de ofrecer sus productos, los cuales generalmente son: maquillaje, ropa, artículos de belleza, productos innovadores hechos por ellas mismas, entre otras cosas.

En nuestro país, existen 5,2 millones de microempendedoras, ellas generan 9.5 millones de pesos al día. Según datos de IMCO, 82% de las mujeres emprendedoras se encuentran en la informalidad, es decir, más de 4 millones de mujeres.