

**Universidad Autónoma Metropolitana Unidad
Xochimilco**

División de Ciencias Sociales y Humanidades

Licenciatura en Sociología

Trimestre lectivo: 20-I

MÓDULO XII “Sociología y sociedad”

Trabajo Terminal

**Impacto económico en las familias de mujeres
mexicanas que emprenden por redes sociales.**

**"El contexto del comercio en los bazares en línea de
la zona volcanes".**

Alumna: Torres Cárdenas Evelyn Angélica.

Matrícula: 2172020694

Asesora: Dra. Noemí Ponce Luján.

ÍNDICE

- 1. Introducción**
- 2. Objetivo General**
- 3. Objetivos Particulares**
- 4. Pregunta de Investigación**
- 5. Planteamiento del problema**
- 6. Justificación**
- 7. Desarrollo**
 - 7.1. Introducción hacia el entorno estudiado
 - 7.2. Participación del Municipio en la atención a las problemáticas sociales de las mujeres en Amecameca
- 8. Marco Histórico** (Antecedentes del problema)
 - 8.1. Bazares Unidos Amecameca
 - 8.2. Red de Bazares en Internet en México
 - 8.3. La situación vulnerable durante el confinamiento, por la crisis sanitaria (COVID-19)
 - 8.4. Repercusión económica en el sector laboral en México
 - 8.5. Los bazares en línea y las redes sociales como medio de sustento económico para aquellas mujeres que buscaban generar ingresos (post-cuarentena)
 - 8.6. “Las nenis”
- 9. Marco Teórico**
 - 9.1. La reconfiguración de la participación de la mujer en el campo laboral.
 - 9.2. Empoderamiento
 - 9.3. Comercio Electrónico
 - 9.4. Redes Sociales
 - 9.5. Social Commerce (Comercio Social)
 - 9.6. Internet
- 10. Metodología**
- 11. Anexos**
 - 11.1. Guión de Entrevista
 - 11.2. Aplicación de Entrevistas
 - 11.3. Listado de Mujeres trabajadoras del Bazar
 - 11.4. Análisis de Entrevistas
 - 11.5. Fotografías
- 12. Conclusión**
- 13. Referencias**

1.INTRODUCCIÓN

En la actualidad las mujeres han logrado tener un crecimiento personal como profesional, no se puede negar que aún exista la discriminación por la desvalorización de ellas dentro del campo laboral específicamente, sin embargo, en el último tiempo se ha demostrado que las mujeres han logrado incursionar con éxito en muchas ocupaciones que en el pasado eran realizadas exclusivamente para el sector masculino, como el trabajar y ocuparse 100% de los gastos familiares.

Por lo que el presente análisis, pretende demostrar como el comercio electrónico ejercido por mujeres que realizan ventas por redes sociales (bazares en línea), actúan en conjunto como impulsor en el crecimiento laboral y personal de las mujeres que laboran en el Bazar de mujeres en el Municipio de Amecameca y zonas aledañas al municipio.

La investigación se inició como un proyecto de análisis de una población específica, ya que, al estar involucrada directamente, ha resultado sorprendente toda la observación ejercida a lo largo de 2 años, todas las actividades que realizan las mujeres en los bazares en línea por obtener un ingreso económico, es sorprendente, ya que para la mayoría de ellas es su único medio para sustentar todos los gastos de sus familias.

Hoy existen más mujeres que son jefas de familia, la necesidad económica las ha orillado a dedicarle las 24 horas del día a sus negocios en línea.

Es importante mencionar que la falta de estudios, de un empleo estable, las ha obligado a trabajar para obtener los ingresos económicos que su familia necesita, pero el estar involucrada en las ventas en línea, les ha permitido cuidar de sus hijos, no descuidar los estudios y administrar de mejor manera su tiempo, para que todas las actividades que necesitan realizar a lo largo del día no afecten su trabajo.

Son diferentes situaciones las que rodean a nuestra población objetivo, sin embargo, lo que las caracteriza es que las ventas por redes sociales les han permitido sacar a su familia adelante y obtener los ingresos suficientes para vivir.

Por lo que, dentro de este trabajo, se describirán las actividades más importantes, que las mujeres que laboran en los bazares en línea, realizan para generar ingresos económicos mediante sus ventas en línea, se analizarán los datos extraídos directamente de la auto-observación, de las entrevistas realizadas a las vendedoras y

clientas, esto para medir el grado de participación de las mujeres dentro de este entorno de los bazares en línea (campo laboral).

2.OBJETIVO GENERAL

Se pretende analizar la interacción y forma de trabajo que tienen las personas que forman parte del bazar de Mujeres en Amecameca Estado de México, las cuales utilizan las redes sociales como herramienta principal de venta.

3.OBJETIVOS PARTICULARES

- Realizar un estudio dentro del Bazar de Mujeres en Amecameca.
- Explicar la interacción que se genera entre la clienta y vendedora, puntos estratégicos de venta y compra.
- Identificar las estrategias de marketing en redes sociales.

4.PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

¿De qué manera el comercio electrónico, contribuye al desarrollo económico de las familias de mujeres mexicanas que residen en Amecameca Estado de México y delegaciones, las cuales utilizan las redes sociales como herramienta principal para aumentar el ingreso económico en sus familias?

Cuestionando al mismo tiempo, como fue el proceso de transformación en su entorno laboral debido a la crisis sanitaria causada por el COVID-19.

5.PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La falta de recursos económicos y el no contar con un sueldo estable que les permitiera mantener a sus familias, repercutió en que un grupo pequeño de mujeres desde hace aproximadamente 6 años en Amecameca, comenzara a vender artículos (ropa, juguetes y zapatos en su mayoría).

Este grupo de mujeres comenzó a interactuar mediante la red social Facebook, publicando los productos que tenían en venta, con el único fin de poder generar ingresos económicos extra para su familia.

Las mujeres emprendedoras que venden por redes sociales, se han manifestado de una manera revolucionaria al crear lazos y comunidades virtuales, tras vender a través de páginas de venta y compra en redes sociales una gran variedad de artículos; maquillaje, ropa (nueva y de segunda mano), zapatos, comida, cubre bocas, o productos creados por ellas mismas, han convertido a las redes sociales en un campo lleno de oportunidades de negocio.

6.JUSTIFICACIÓN

El presente trabajo se plantea principalmente para analizar cómo el comercio electrónico en colectivo con las redes sociales, han influido en gran medida en la economía de las personas que forman parte del Bazar de Mujeres en Amecameca, Estado de México.

Al mismo tiempo, se pretende mostrar cómo es la interacción que existe dentro del mundo de las ventas de bazares en internet, la gestión promocional de las comerciantes y la relación que se genera entre las vendedoras y las compradoras.

7.DESARROLLO

7.1 Introducción hacia el entorno estudiado

➤ Amecameca de Juárez, Estado de México

El municipio de Amecameca, proviene del náhuatl, sus raíces son los vocablos amatl, que quiere decir papel, que me significa señalar o indicar y can se traduce como lugar, “el lugar donde los papeles señalan o indican”.

Este municipio se encuentra situado en las faldas de la Sierra Nevada, dentro de la provincia del eje volcánico.



Los límites de Amecameca son: al norte, el municipio de Tlalmanalco; al este el estado de Puebla; al sur, los municipios de Atlautla y Ozumba; y al oeste, los municipios de Ayapango y Juchitepec (municipios que conforman la zona volcanes, mencionando de igual manera a: Chalco, Álamos y Tepetlixpa).

El municipio para su gobierno, organización y administración interna, se divide en sectores o barrios y delegaciones; Sector Panoaya, Sector Iztaccihuatl, Sector Sacromonte, Sector Rosario, Sector Popocatepetl y Sector Atenco, con delegaciones; Los Reyes y la Exhacienda de Tamariz, Santa Isabel Chalma, Santiago Cuahutenco, incluye la colonia de Ejido, San Pedro Nexapa, incluyendo la ranchería el Magueyal o San Juan Grande

San Diego Huehuecalco Y San Antonio Zoyatzingo, incluyendo la parte de los fraccionamientos Las Delicias y Popo Park. (INAFED, 2019).



Amecameca al ser un municipio en proceso de desarrollo, aún se pueden visualizar ciertas debilidades sociales que han repercutido en la exclusión de las mujeres dentro del sector laboral, de alguna manera estas actitudes ejercidas por los hombres (machismo) les ha impedido progresar tanto, de manera profesional como personal.

7.2 Participación del Municipio en la atención a las problemáticas sociales de las mujeres en Amecameca.

El gobierno social, en colectivo con la agenda 2030, menciona dentro del Plan de Desarrollo Municipal, que considera prioritario y esencial trabajar en el desarrollo y conservación de las familias fuertes, promoviendo el empleo para proteger el ingreso principalmente de las mujeres de Amecameca, especificando que estos objetivos influirían directamente en las familias, dejando de lado, el origen social y el estatus económico, todo esto para satisfacer las necesidades básicas y que las familias de estas mujeres mejoraran su calidad de vida, de igual manera con la meta de brindarles a las familias de las mujeres que son representantes de familia, una vida sana y en general, para mejor el bienestar social de Amecameca.

Sin embargo, estos temas sólo fueron mencionados dentro de la planeación del actual gobierno, a cargo del presidente actual Miguel Ángel Salomón Cortés.

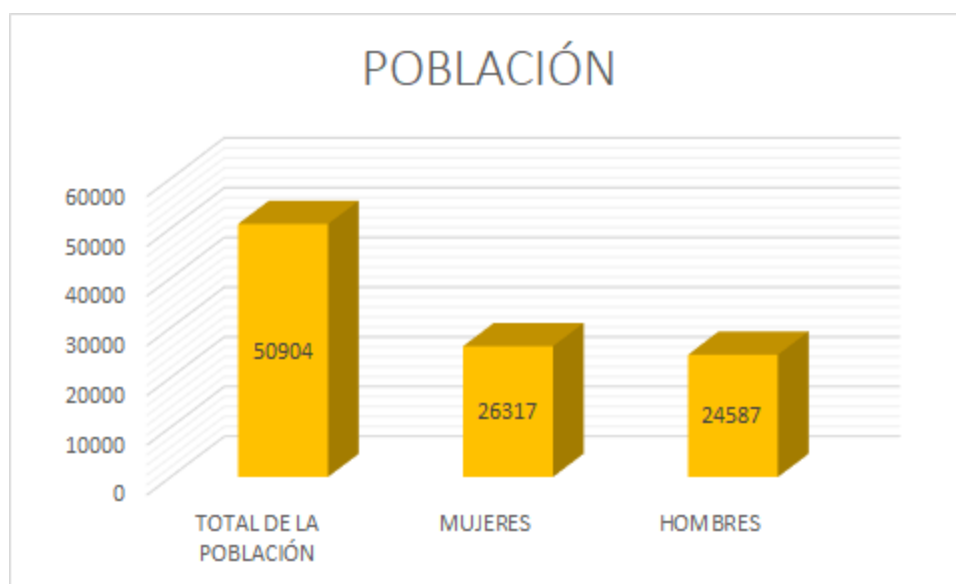
Por otra parte, de acuerdo con la distribución de la población, el municipio de Amecameca de Juárez, contaba con un total de 50,904 habitantes, de los cuales el 51.7% (26,317 personas) pertenecían al sector femenino del total de la población y el resto al masculino (24,587), hasta el año 2015 (INEGI, 2015).

Gran parte de la población ocupada en Amecameca, sus delegaciones y las localidades aledañas, se dedican al comercio de frutas, verduras, comida, ropa, etc, siendo esta actividad, la base principal de su economía.

Las actividades económicas primarias, tienen como finalidad obtener productos directamente de la naturaleza, como la agricultura, ganadería, pesca, minería y explotación forestal, gran parte de la población ocupada en el municipio (16.26 %) y delegaciones, se dedica a la agricultura y venta de los productos que siembran.

Por lo que la vida económica en Amecameca, gira en torno al comercio informal, turismo de excursión y la agricultura, esta última mencionada se practica de riego y de temporal, siendo los principales cultivos; maíz, chícharo verde, cebada, frijol, papa, alfalfa, trigo, aguacate, ciruela, hongos silvestres y la nuez de castilla (PDM-AMECAMECA, 2019; 131).

Es importante mencionar que el municipio, es un punto muy importante dentro de la región de los volcanes para muchos comerciantes, ya que se caracteriza por el famoso tianguis de los días miércoles y Domingos, al igual que el Bazar de Mujeres los días sábados.



Se puede visualizar en la tabla anterior, que predomina en gran medida, el sector femenino en Amecameca, (incluyendo a las delegaciones), lamentablemente el H. Ayuntamiento no logró los objetivos establecidos en el apartado “Pilar Social, pp.71” (en el cual, se hizo un enfoque específico en ayudar a las mujeres del Municipio, a erradicar la pobreza y aumentar el empleo para las mujeres y sus familias), y, aunque el gobierno no cumplió sus objetivos, las mujeres del municipio siguieron trabajando a su manera y a su propio ritmo, para sustentar y ayudar a su familia.

Amecameca al ser un lugar muy tradicionalista, las mujeres han tenido que seguir las costumbres y la cultura en el que han estado rodeadas desde su niñez, la igualdad de género se ha tenido que ir incluyendo en la sociedad lentamente, por ejemplo, las personas mayores suelen ser las personas más difíciles en cambiar su pensamiento y la manera en que ven las cosas, por lo que la población femenina es considerada como la población vulnerable, ya que son quienes enfrentan problemas de violencia de género, son aquellas que se hacen responsables de los roles familiares al tener que asumir el papel de jefas de familia con las responsabilidades que ello conlleva, sin omitir que las mujeres adolescentes sobre todo en las comunidades marginadas (delegaciones en su mayoría) enfrentan la maternidad a temprana edad, lo que repercute directamente en la afectación de su salud.

Es importante mencionar que la discriminación que han enfrentado las mujeres ha sido un fenómeno constante, no sólo en México, sino a nivel internacional, de acuerdo con el Consejo Nacional para prevenir la discriminación (CONAPRED); la visión masculina ha subordinado el papel que tiene la mujer en la sociedad, limitando sus derechos y dejando a su cargo únicamente la reproducción y el cuidado familiar (PDM-Amecameca, 2021; 172).

8. MARCO HISTÓRICO

8.1 Bazares Unidos Amecameca

Con el paso del tiempo, el proceso de transformación de la sociedad y de las actividades que le ha permitido a la sociedad obtener ingresos económicos para su familia, por ejemplo, el comercio de todo tipo de artículos, ha trascendido, ya que actualmente el e-commerce (comercio electrónico) se ha vuelto una herramienta indispensable para todos aquellos comerciantes que han buscado ampliar sus ventas y con eso, aumentar sus ingresos.

La población estudiada en el presente trabajo es precisamente el Bazar de Mujeres en Amecameca, este lugar de trabajo tanto físico, como online, en el cual laboran más de 50 mujeres, de un rango de edad entre 15-85 años, con el esfuerzo y dedicación a sus negocios, han logrado sustentar sus gastos económicos, gracias al trabajo que les genera laborar en el Bazar, desde hace más de 5 años.

Todo comenzó como una iniciativa de un grupo conformado por aproximadamente 6 personas, las cuales tuvieron la idea de vender ropa de segunda mano y algunos otros artículos en excelentes condiciones que, por distintas razones dejaron de utilizar, sin embargo, ellas tenían el pensamiento que tal vez alguna otra persona podría seguir dándole el uso adecuado, principalmente tenían el objetivo de que todos los productos que pudieran vender les generarían un ingreso extra a sus bolsillos.

Este grupo de mujeres emprendedoras, tuvo sus primeros inicios ofreciendo sus productos por redes sociales, principalmente por Facebook e Instagram.

Con el paso del tiempo, este grupo de mujeres decidió comenzar a vender de manera física, mostraban sus productos en un pequeño espacio público en Amecameca, posteriormente se fueron anexando cada vez más mujeres que buscaban el mismo objetivo, generar ingresos para sus hogares, por lo que el número aumentó considerablemente.

Los días de trabajo para este grupo de mujeres, son únicamente los días sábados de manera presencial, con un horario de 9:00 am a 3:00 pm, sin omitir que diariamente trabajan vía online, ofreciendo los productos que venden mediante redes sociales; Facebook, Instagram y WhatsApp, prácticamente las 24 horas del día se encuentran activas atendiendo el teléfono con el único objetivo de tener una posible venta.



Foto capturada en el año 2014 por Karen Dorantes, actual administradora del Bazar de Mujeres y quien tuvo la iniciativa de vender de manera presencial en este lugar.

Actualmente, el bazar cuenta aproximadamente con unas 100 mujeres que venden una gran variedad de productos, desde ropa de segunda mano, ropa nueva, comida, artículos de papelería, artículos de belleza, jarcería, productos realizados con madera, juguetes, zapatos, cubre bocas, y las paqueterías, etc.

Es importante mencionar que Bazares Unidos Amecameca, es distintivo por los precios tan accesibles que tienen todas las carpas de colores y por vender entre una gran variedad de productos, ropa de segunda mano, hago un énfasis en este punto, ya que la mayoría de las clientas es lo que más consumen, tomando en cuenta que la ropa de marcas que comúnmente rebasan los \$500 por prenda, en los bazares ya sea de manera física o en línea, los puedes adquirir a precios relativamente bajos.

De igual manera, al adquirir productos de segunda mano aportas a cuidar el medio ambiente, disminuye la contaminación, le das una segunda oportunidad a los artículos que venden las mujeres del Bazar y sobre todo no afecta tu economía.

➤ **Segunda oportunidad a la ropa**

Actualmente hay consumidores de ropa de diferentes marcas que no utilizan toda la ropa que tienen en su armario, sólo por mencionar algunas marcas tenemos a las que más populares se han vuelto en el último tiempo; Zara, Forever 21, Pull and Bear, Gucci, Polo, Nike, Adidas, Gap, American Eagle Outfitters, H&M, Bershka, Stradivarius, Mango, etc. La mayoría de estas marcas son originalmente americanas, y volviendo a retomar lo antes dicho, cada prenda se encuentra en el mercado entre los \$500 y \$1000.

Por lo que esta nueva tendencia de utilizar prendas de segunda mano ha sido un mediador importante para intercambiar prendas y otros productos con el objetivo principal de darle una segunda oportunidad a la ropa a precios por debajo de su precio normal.

➤ **Impacto Ambiental y desventajas**

La sociedad en general ha comenzado a tomar conciencia del enorme impacto en el medio ambiente que tiene el comprar ropa nueva, por lo que la moda “vintage” ha comenzado a volverse una tendencia de estar a la moda en la actualidad.

Estas marcas cuentan con una agresiva política de promociones que ha generado el impulso de compras en los consumidores, creando tendencias que obliga a otros a seguirlas.

Sin embargo, los países en donde son producidas estas prendas normalmente son hechas en países donde la mano de obra se encuentra muy por debajo del salario mínimo, lugares en los que las jornadas laborales son extensas como India y Bangladesh (Gómez V. Ana Elisa, 2018; 12).

La gran demanda de ropa nueva en el mundo, también aumenta la demanda de ropa de segunda mano, lo que lo convierte en un negocio viable.

Un 70% de las mujeres que venden en el bazar de mujeres y los bazares en línea de la zona volcane se dedica a vender ropa y artículos de segunda mano.

➤ **La ropa de segunda mano, como negocio**

Cabe mencionar que la ropa de marca que ofrecen, (la gran mayoría) proviene de Estados Unidos, en México se le conoce como “ropa de paca”, la ropa de segunda mano siempre ha sido un negocio, pero las redes sociales y la publicidad en línea han ampliado el alcance de las ventas de este estilo de ropa.

“Está ocurriendo un cambio cultural hacia los productos de segunda mano. Se solía tener el estigma de ser solo para los pobres, con la palabra viejo ahora reemplazada por “vintage” y acompañada por el moderno valor de “auténtico”, la novedad de segunda mano ahora está en aumento y el estigma se ha borrado para mucha gente, por lo que ser partidarios de la ropa Vintage y de segunda mano, cumple las 3R’s (Reducción, Reutilización y Reciclaje) y las 3B’s (Bueno, Bonito y Barato)”. (Gómez V. Ana Elisa, 2018; 19).

The image is a screenshot of a Facebook marketplace post. On the left, a post from 'Rebeca Esquivel' for 'Bazar Vintagirls' is visible, dated '1 d'. The text of the post reads: 'Hola preciosas Ropita desde \$20 hasta \$50 Precio y detalles en cada foto, pongo más fotos en comentarios 😊'. Below the text are five yellow star emojis and a large photo of various clothing items including a green top, a striped top, and a floral patterned top. Below this are three smaller thumbnail images of clothing items, with a '+1' icon indicating more photos. On the right, a comment from 'Paoh Bzr' is shown, dated '3 d'. The comment text is: 'Ofertas de 20,30,50,70 En este post'. Below the comment are buttons for 'VER ARTÍCULO', 'Pide más detalles al vendedor', and 'ENVIAR MENSAJE'. Further down, there are interaction statistics: 'Tú, Itzel Bzzar y 11 personas más' (with a heart icon), '13' likes (with a thumbs up icon), and '450' comments (with a speech bubble icon). Below the comment, there are two more photos of clothing items: a light blue sweater and a grey long-sleeved top.

Imágenes obtenidas por la red social Facebook.

8.2 Red de Bazares en Internet en México

Gracias al uso de las tecnologías de la información se pueden realizar infinidad de cosas, conocer gente, lugares, buscar información, etc. sería imposible negar el uso que le damos hoy en día a estos mediadores que nos permiten interactuar con más personas sin importar la distancia; computadora, celular, etc. y con ello las aplicaciones que funcionan como canal principal de interacción, lo que nos lleva a hacer mención del uso de redes sociales.

Dentro del comercio que se realiza por internet (redes sociales; Facebook e Instagram principalmente), existen muchas personas que publican y promocionan sus productos dentro de los grupos de venta en Facebook, sean de la Zona volcaneos o en grupos de venta en la Ciudad de México.

Estos grupos han permitido que mujeres interactúen por este medio para concretar la venta de sus productos, sin importar la distancia, es aquí el momento de hacer mención de las llamadas recolectoras y paqueteras.

La forma de operar vía online, es la siguiente: si una cliente desea algún producto, pero ella es residente en Chalco o reside en alguna otra localidad (siendo zona volcaneos o en la Ciudad de México), las chicas de paquetería son encargadas de llevar dicho producto al destino requerido, teniendo una comisión de \$10 por paquete (dependiendo el tamaño, aumenta el precio de la paquetería, no excediendo los \$50).

➤ ¿Cuál es su función?

Las recolectoras y paqueteras son aquellas chicas que tienen la función principal de recoger y entregar tu paquete (el artículo que hayas adquirido o en su caso vendido con alguna chica que no se encuentra a tu alcance por la distancia), en Facebook ellas realizan una publicación en la cual, colocan su horario específico, cómo la puedes ubicar (forma de vestir, características específicas para que la reconozcas; si usa lentes, color de cabello, color de ropa, si va en auto y ubicación exacta), normalmente estas chicas recorren diariamente diferentes rutas para poder hacer llegar tu compra o venta de manera exitosa y segura, este servicio es similar al que realizan las empresas paqueteras

como FEDEX, Estafeta, DHL y Correos de México, solo que a un precio más bajo y realizado por chicas que buscan generar ingresos mediante este servicio.



Paqueterías Vale Vallejo

28 min · 🌐

Hola chicas 😊 bonito día 😊😊 iniciamos en San Juan tehixtitlan ❤️❤️ alguien quiere cocoles ??



Valeria Vallejo es una chica que reside en el municipio de Atlautla, Estado de México, ella y su esposo forman un equipo llamado “Paqueterías Vale Vallejo”, el cual se encarga de recibir y entregar los paquetes en toda la zona volcane, abarcando los municipios de Amecameca, Ozumba, Juchitepec, Tepetlixpa, Ozumba. Chalco. Cocotitlán, Tlalmanalco e Ixtapaluca.

Podemos observar en la fotografía a Vale haciendo entrega de un paquete, en ese momento la señora buscaba la foto del paquete para que se le pudiera hacer la entrega del producto adquirido.





Para dar un mejor servicio de paqueterías, su automóvil es una herramienta indispensable para que los paquetes puedan llegar 100% seguros a su destino.

➤ **Puntos de entrega de la entrega de productos adquiridos**

El servicio brindado por las chicas paqueteras, funciona en publicar sus puntos y horarios de entrega, en el cual las clientas deben asistir dentro del horario establecido para poder recibir su paquete, en caso de que no ubiquen el lugar, ella comparte su número para que puedan contactarla, en caso de que les surja alguna situación.



Paqueterías Vale Vallejo

2 d · 🌐



Chicas nos vemos mañana. DOMINGO 😊😊😊
Va mi esposo a entregas les dejo su número 5618580996 por favor muestren foto de su paquete para facilitar su búsqueda

Agregamos ❤️❤️❤️
San Andrés 5:35 en la parada





Paqueterias Dianna Davalos

3 d · 📍

🚫VIERNES🚫SABADO🚫DOMINGO🚫LUNES🚫

💎vendedora

- Envía foto de su paquete a tu clienta
- Datos completos (quien envía-quien recibe-a que localidad va-total o pagado) no pongas costo de paquetería el costo varea por volumen del paquete.

💎 Clienta

- Lleva foto de tu paquete
- Lleva cambio por favor
- Formate y espera turno

🚫 Paquetes ya pagados que no se reciban en 3 ocasiones serán Donación y podrán recuperarlos al pagar las paqueterías perdidas ya sea clienta o vendedora 🙏

🚫 Paquetes no pagados la devolución será normal de \$10

👉 RECUERDEN hacemos depositos al instante por solo \$5 🙏

VIERNES

RECOLECCIÓN

- Ozumba 9am A 9:30am (casa de cultura)
- Ameca 10am A 10:30am (bazar alebrije)
- Tlalmanalco 11 am A 11:20am (frente a local tamales Mana)

Entrega y Recolección

- Mercado zapata 12pm A 3:30pm (local73)
- Optica 2:10pm a 3:10pm (frente a la iglesia pared azul)
- Cocotitlan 4:40pm a 5:00pm (a un lado de los taxis de presidencia)
- Tlalmanalco 5:30pm a 6:00pm (frente a local tamales Mana)

DOMINGO

- San Juan Chahuacatlan
- SARDOL: 10:00am A 10:20am
- SIX: 10:30am A 10:50am
- AVAPANGO
- VIAS: 11:30pm A 11:50am
- tenaningo
- reloj: 12:20pm A 12:40pm
- tepepula
- panccon: 12:50pm A 1:10pm
- huichilpan
- Aurrera: 1:30pm A 2:00pm
- salón trigales: 2:10pm A 2:30pm
- colujingo
- templo verdes: 3:00pm A 3:20pm
- tepepula
- puente peatonal: 4:00pm A 4:20pm
- tepepula
- auditorio: 4:50pm A 5:20pm

En el caso de Paqueterías Diana Dávalos, su forma de trabajar es prácticamente igual, solo que, en su caso, su servicio de paquetería solo llega hasta el municipio de Chalco y como pueden observar, en su publicación indica todos los requisitos que necesitan en caso de solicitar su servicio, ya sea clienta o vendedora.

En caso de no asistir en el horario que ella establece, la clienta debe pagar \$10 extra por reagendo de la entrega de su paquete.

Al momento de realizar la compra de algún producto es esencial especificar cual será la forma de pago;

Pago contra entrega: El pago se le da a la chica de paquetería al momento de la entrega y posteriormente el pago es transferido o se da de manera presencial.

Por transferencia: La clienta tiene que tener una foto de la transferencia o recibo de que el pago por el producto fue depositado, ya que se han dado casos de que las mismas clientas editan las capturas de pantalla de las transferencias para no pagar y hacer creer a la vendedora que si hicieron el pago, y como esta acción ya ha sido hecha en varias ocasiones, ahora se guían por el número de folio el cual se puede rastrear mediante tu cuenta de banco.

Dinámica 52 sem

KAROL G, Nicki Minaj · Tusa

•Al apartar prenda, cuentas con 2 días para deposito.

•Posteriormente, debes enviar foto con captura del ticket de depósito por DM.



Como se puede observar, el número de paquetes se encuentra entre unos 100 y 150, para facilitar la entrega del paquete, es esencial contar con la foto de tu compra adquirida, esto se pide por seguridad, ya que se habían suscitado situaciones de robo, solo con dar tu nombre o del bazar que te había enviado.



En caso de utilizar el servicio de paquetería de las chicas, la vendedora tiene que especificar a qué lugar va, si se tiene que pagar el paquete completo (pago contra entrega) o si es solo el costo de la paquetería, nombre de la clienta y nombre del bazar.

Al contar con la foto, facilita la búsqueda de los paquetes y una entrega más rápida para la clienta.

Por otro lado, se puede observar que existe una red de organización enorme en el uso que le dan a la tecnología, siendo Facebook una red social que les permite establecer vínculos y conocer a más personas, lo que a su vez les permite expandir sus ventas de forma más exponencial.

A continuación, haré una breve descripción, acerca de algunas actividades que son muy comunes de realizar entre personas que interactúan dentro de los bazares en línea (compradoras y vendedoras)

Las antes mencionadas permiten realizar una interacción interesante en el mundo de los bazares en línea, repercutiendo en gran medida, en el fortalecimiento de las relaciones sociales dentro de este entorno del comercio electrónico.

➤ Chicas de entregas



Laura García Torres, tiene su bazar en línea, su forma de promocionar sus productos, básicamente es publicándolos en los grupos de venta y de ahí genera ingresos con la venta de ellos, a pesar de que no cuenta con un lugar físico dentro del bazar, está permitido entregar sus ventas en el área de entregas, lugar en el que las chicas llegan solo a recoger las compras que le hayan hecho durante la semana.

➤ **Innovación de los productos en venta**



La presentación de los productos que ofreces, es la clave principal y esencial para que sea una venta segura, debes tomar en cuenta muchísimos detalles para que a las clientas les parezca interesante e innovador.

Los detalles cuentan desde el tipo de cámara con que tomas las fotos, la luz natural es perfecta para poder capturar los detalles del producto, el fondo, la

➤ **Publicaciones de los productos, como medio esencial de venta**

Es importante mencionar que, al realizar una publicación, se tienen que agregar todos los detalles referentes al producto que está promocionando; que tallas hay disponibles, precio, en caso de ser una prenda de segunda mano, si tiene algún detalle, a dónde realiza envíos o si entrega de manera personal.



➤ **Accesibilidad en la compra de productos**



Amairani Diaz Bzr

1 d · 🌐

El 30 de junio empezamos ahorro de 10 y 15 semanas
Entrego desde el 6 los de 10 pagos
Y en el 9 Los de 15
Y en el 3 los de 6 pagos

Ahorro de juguetes para reyes mínimo de 500
Pagos desde 23 pesos semanales
Entrego desde la primera semana de diciembre
Celulares
Pantallas
Bicicletas
Motonetas
Laptops
Tablet
Bricolines
Trampolines
Carpas
Juguetes
Casas para niños



Muchas de las clientas y vendedoras adquieren muebles, artículos básicos para el hogar en ahorro o tanda, ya que se les complica menos pagar en pagos cómodos sin un interés tan alto, como sería adquirirlo en tiendas departamentales.

Por lo que es muy común observar tandas de todos los productos que se imaginen; ropa, zapatos, motos, autos, terrenos, material de construcción, artículos tecnológicos como laptops, celulares, Tablet, etc.

En caso de tandas, las chicas responsables, piden una fotocopia de tu ine y comprobante de domicilio, esto se hace en caso de que no termine de pagar o exista fraude, puedan proceder legalmente.



Amairani Diaz Bzr

14 h · 🌐

Tanda de 6 y 10 numeros



Amairani es una chica que reside en Chalco, vende productos en línea y también es tatuadora, por lo que realiza tandas de tatuajes y el precio varía según el diseño y el lugar en donde se quiera el tatuaje.

Las tandas son una herramienta muy común entre las chicas que interactúan en los bazares. Puedes encontrar tandas de lentes, motocicletas, ropa, tenis, muebles, artículos electrónicos, incluso tandas para comprar el material de construcción para tu hogar.

➤ **Presentación de los productos mediante “live” en FB**



Muchas de las vendedoras utilizan los videos “en vivo”, la cual es una herramienta de Facebook e Instagram para interactuar de manera más personal con la gente, sin embargo, las vendedoras hacen uso de esta herramienta como medio de interacción entre ellas y las clientas, ya que por ese medio es más sencillo concretar las ventas de sus productos, quien gane la prenda en el video con un “yo” o “mío” se queda con el producto.

➤ **Publicaciones y ventas por comentarios**

Las vendedoras realizan una publicación, en la cual especifican que tipo de ropa venden y los detalles específicos de cada una de las prendas, es similar a lo que se realiza en los en vivo, sin embargo, en este caso es por comentarios, la clienta que gane la prenda al poner primer comentario, se la lleva y en caso de que surja algún inconveniente y la chica ya no lo haya comprado se pone un “lista” (se refiere a que se queda en lista de espera).



➤ Trueques



Amecameca Ventas

Group post by Yolanda Guzman • Jun 2 • 🌐



Zapatos de niño del 14 al 19 nuevos de piel de mujer nuevos \$80 el par o cambio por despensa o algo de mi agrado



Like



Comment

En la mayoría de las publicaciones en las que se realizan trueques, normalmente lo hacen por otras prendas de ropa o despensa, ya que muchas de las chicas son amas de casa y el dinero de sus ventas lo utilizan para comprar alimentos o cosas que necesitan en sus hogares.

Por lo que es muy común observar trueques en los grupos de venta.

➤ Donaciones



Mari Bazz

Jan 14 • 🌐



Subiré en comentarios muchas donaciones para entregar el sábado. 👁️ Dejen su puntito.

Dentro de este entorno de los bazares en línea, muchas chicas realizan donaciones de artículos que no utilizan; ropa, zapatos, y otros artículos que tal vez otra persona les puede dar un mejor uso.



➤ Desventajas de las ventas por internet

Es importante mencionar que todas las personas que realizan comercio por internet, deben tomar en cuenta que se encuentran expuestas a correr riesgos como en cualquier trabajo normal, enseguida se mencionan algunos; fraude, secuestro, robo a mano armada, etc., es una cuestión muy lamentable, ya que la mayoría de personas que ejercen este empleo, solo buscan trabajar de manera honrada.



Los reportes publicados en los grupos de venta, es una herramienta que ayuda a las vendedoras a saber con quién si tener tratos y con quien no, ya que muchas personas solo juegan con el tiempo de las chicas que venden y al final, solo detienen la venta, evitando que ese producto sea adquirido por otra persona que tal vez si le interesaba.

8.3 La situación vulnerable durante el confinamiento por la crisis sanitaria (COVID-19)

Desde que la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2020) declaró al COVID-19 como una pandemia, muchos países comenzaron a cerrar fronteras, con el fin de evitar los contagios; redujeron los bienes y servicios, pero específicamente en México, la mayoría de los negocios y empresas cerraron de manera temporal. El impacto económico comenzó a sentirse en todo el mundo (Chiatchoua, C., Lozano, C., & Macías-Durán J, 2020).

A raíz del confinamiento, (causa del COVID-19), la situación económica en México comenzó a desestabilizarse a tal punto, de dejar a una gran parte de la población sin trabajo (agregar datos de INEGI), por lo que muchas personas tenían que buscar la manera de seguir generando ingresos para los gastos básicos de su familia.

“la tasa de desempleo abierto quedó totalmente rebasada como un indicador de desequilibrio laboral por el confinamiento, que hizo imposible para las personas buscar trabajo. El tamaño del problema laboral fue mejor capturado por la tasa de desempleo extendido, que incluye a la población económicamente inactiva, pero disponible para trabajar y que se puede considerar potencialmente como parte de la fuerza laboral” (Heath Jonathan, 2021; 14).

Es importante mencionar que ante la llegada del COVID-19, la situación en el Bazar tuvo que dar un giro radical en todas las actividades que se realizaban anterior a la pandemia, se dejó de laborar en todo el tiempo de la cuarentena, y al cambiar de semáforo en el mes de julio-agosto del 2020, las actividades laborales se retomaron, pero siempre tomando en cuenta las medidas sanitarias pertinentes para evitar contagios, sin embargo, al ser este bazar una importante fuente de ingresos para las familias de las mujeres, las orilló a que un 40% de las trabajadoras retomaran sus actividades laborales dentro del bazar, dejando a un lado el miedo a ser contagiadas por el virus, ya que muchas de ellas habían perdido sus empleos, personas en su familia habían fallecido, enfermado o simplemente ya no podían sustentar los gastos que necesitaban para cubrir las necesidades básicas de su familia, a pesar del riesgo al que estaban expuestas, muchas de ellas retomaron su trabajo vía online, con el fin de ganar un poco de dinero para seguir cubriendo sus gastos, ya que la mayoría de las vendedoras es responsable 100% de su familia, por lo que las ventas que realizan por redes sociales y de manera

física en el bazar son su fuente de ingresos que les permite ser el soporte familiar en sus hogares.



Fotografía capturada por Karina Torres C. en el mes de Julio de 2020.

Era una minoría la gente que comenzaba a salir a trabajar al bazar, se indicó a las trabajadoras no poner la estructura para evitar aglomeraciones, solo una pequeña parte de las mujeres, volvió, ya que mencionaban, tenían en casa a familiares enfermos, o simplemente seguía el temor a ser contagiados.

Posteriormente a principios del mes de agosto, se recibió la indicación de poder exhibir la mercancía en los respectivos lugares, (de manera obligatoria) se tenía que tener una distancia de 2 metros entre cada stand del bazar.

Con el tiempo, este grupo de trabajo iba retomando sus actividades cada vez más, y de manera personal, al formar parte de este grupo, y al brindarle un servicio a la gente, intentábamos ser lo más responsables en cuanto al uso de cubre bocas, careta y el gel antibacterial, al mismo tiempo se sanitizaba el dinero cuando se llegaba a vender algún producto, esto con el fin de tener el mayor cuidado posible con todos los visitantes y clientes del Bazar de Mujeres.



Fotografía capturada por Karina Torres C. en el mes de Julio de 2020.



Fotografía capturada por Karen Dorantes en el mes de octubre del 2020.

Es importante puntualizar acerca del trabajo colectivo que se pudo visualizar entre este grupo de mujeres, ya que se comenzaron a tomar mayores medidas de higiene, con el fin de evitar contagios y principalmente evitar poner en riesgo a la población que seguía adquiriendo productos del bazar.



Con la nueva normalidad, y con las medidas planteadas para evitar contagios, los vendedores han intentado seguir estas medidas; sana distancia, uso de gel antibacterial, y uso de cubre bocas, cuestión que es interesante analizar, ya que en caso de que se registre otra ola de contagios, probablemente los negocios dejen de laborar nuevamente de manera temporal, lo cual afectaría en gran medida a las mujeres que laboran en los bazares físicos y en línea.

Actualmente, las actividades laborales dentro del bazar, cada día regresa un poco a lo que era antes de enfrentarnos al COVID-19, sin embargo, el uso de cubrebocas, se ha convertido en una herramienta indispensable para el autocuidado de la salud y hasta cierto punto ya se normalizó el usarlo, la gente es más conciente y entre todos existe más empatía.



8.4. Repercusión económica en el sector laboral en México

La pandemia por el COVID-19, afectó económicamente a muchos sectores en general. De acuerdo con Mendoza J. (2020) menciona en su artículo, que la caída de la ocupación en México se mostró con mayor severidad a partir de abril de 2020. Entre el primer trimestre de 2020 y el mes de abril se observan cambios muy notorios en la composición de la ocupación en México.

En el mes de abril del 2020, la población económicamente activa decreció notablemente en 11.9 millones de trabajadores disponibles para trabajar, pero que desistieron de buscar empleo, presuntamente por las medidas de confinamiento establecidas en el periodo.

Entre los meses de marzo y abril, la población no económicamente activa (PNEA), se incrementó en 13.3 millones de personas, de acuerdo a la ETOE (Encuesta Telefónica de Ocupación y Empleo) desistieron de buscar trabajo debido al confinamiento, y con datos del INEGI la tasa desocupación aumentó al pasar de 4.2% en mayo a 5.5% en junio de 2020.

Es importante puntualizar que, la informalidad laboral tuvo un crecimiento en 3 millones de ocupados (Rivas-Rivas, I. D. R., & Esmeralda-Zamora, 2021), por lo que el crecimiento del comercio electrónico aumentó en gran medida, convirtiéndose en un medio indispensable de trabajo para todas las personas que buscaban seguir laborando para sustentar económicamente a sus familias y sus propios gastos, incluso fue una ayuda inmensa recurrir a las ventas por internet para aquellas personas desafortunadas que en el proceso, perdieron a miembros de su familia a causa del COVID-19, los gastos médicos eran sumamente costosos, por lo que muchos de ellos recurrieron a la venta de sus propias cosas (autos, motos, artículos electrónicos, etc) para solventar los gastos médicos de su familia.

8.5. Los bazares en línea y las redes sociales como medio de sustento económico para aquellas mujeres que buscaban generar ingresos (post-cuarentena)

Posterior a la desestabilización en la economía en nuestro país por la pandemia, muchos trabajadores se quedaron sin empleo, ya que muchas de las empresas en las que laboraban, tuvieron que realizar recorte de gastos, personal, etc., situación que orilló a muchas mujeres a emprender por redes sociales.

En artículos de periódicos de nuestro país, como “El economista”, menciona que casi un millón (987,339) de mujeres fueron expulsadas del mercado laboral, dejando de ser económicamente activas al cierre del 2020.

En situación de desempleo, se obtuvieron que aproximadamente 154,441 mujeres y 64,981 emprendedoras que daban trabajo a otras personas tuvieron que hacer recorte de gastos, por lo que se vieron en la necesidad de desemplear a un buen número de trabajadoras.

De acuerdo con cifras de la ENOE (Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo citado por García A. 2021) de INEGI. Estos números son los datos oficiales, que no incorporan la cifra oculta del total de mujeres afectadas económicamente por la pandemia (Rivas-Rivas, I. D. R., & Esmeralda-Zamora, 2021).

8.6. “Las nenis”

A principios del 2021, se comenzó a escuchar (por redes sociales y televisión) con gran frecuencia, el término llamado “nenis”, el antes mencionado, surgió como burla en comentarios virtuales, hacia el trabajo que realizan este grupo de mujeres; “neni” es otra forma de la palabra “nena”, que usan a modo de amabilidad las vendedoras hacia las clientas.

La dinámica de comercio de las llamadas “nenis”, utilizan las mismas estrategias de venta a las mujeres que venden en los bazares en línea, la diferencia consiste en que este grupo de mujeres comenzó a emprender posterior a la pandemia, sin embargo, es una excelente oportunidad laboral para que más mujeres se incorporen a este tipo de trabajo, con el fin de generar ingresos extras para sus hogares.

Actualmente, este grupo de mujeres se encuentra arrasando el comercio electrónico y las prácticas de compra y venta de productos y servicios en el mercado online y redes sociales principalmente.

Es importante mencionar que, aunque es un auto-empleo (perteneciente al sector laboral informal), contribuyen al consumo interno y al movimiento económico del país.

Por otra parte, retomando a Rocha F. (2021) ha conceptualizado el término (NENI) como Nueva Emprendedora de Negocios por Internet;

“Este grupo ha ido en aumento y cada vez son más comunes los bazares (principalmente de ropa de segunda mano), que se dan a conocer a través de redes sociales o aplicaciones para vender tu clóset, y son a este grupo de mujeres a las que el mundo del internet ha denominado como ‘nenis’.

La periodista de Ciencia, por la UNAM, Iraís Susan (2021), menciona dentro de su artículo que muchas mujeres encontraron en el autoempleo, la posibilidad de tener ingresos durante la pandemia;

“Es sábado y aquellas a las que los memes llaman ‘nenis’ ya están despiertas y trabajando. Vienen desde Amecameca, otras de Ecatepec, en el Estado de México. Todas con las manos llenas, maletas y bolsas a reventar. Algunas con bebés en brazos, otras con sus hijos de la mano”.

En su análisis nos comparte que una gran parte de este grupo de mujeres, son universitarias, las cuales equilibran su vida entre el estudio y su negocio, algunas de ellas representan un papel importante de ingreso económico en su familia (por no decir el 100%), otras costean sus estudios con la venta de sus productos (Susan Irais, 2021).

Un punto importante a mencionar, es que al ser mujeres y formar parte de uno de los grupos más vulnerables en la sociedad, se exponen a muchas situaciones; desde acoso sexual, detenciones arbitrarias en el metro de la Ciudad de México e incluso en lugares públicos que se utilizan como medio específico de venta.

“¿En qué les afecta que trabajemos?, ¿qué daño les hacemos?, salimos del metro para evitar las detenciones y los problemas no terminan. Por eso estamos juntas para cuidarnos entre todas, nos conocimos aquí, entregando” (vendedora anónima para TEC-Review, 2021).

“Trabajar es un ejercicio de libertad, llama la atención porque son muchas mujeres en un ámbito económico donde no hemos estado, por eso hace ruido. La historia sería diferente si fueran hombres” (Velázquez Sánchez Luz María, 2021).

Sin importar como se refieran a este grupo de mujeres, el empoderamiento que han tenido al incorporarse al mundo de las ventas por internet, te hace perteneciente, te muestra un mundo diferente, que te expande los horizontes, te permite conocer gente y sobre todo generar ingresos en este tiempo tan difícil que estamos viviendo.

9. MARCO TEÓRICO

Cuando se habla de temas referentes a la economía, usualmente lo hacemos relacionando términos numéricos y cifras que nos lleven a datos específicos de cualquier tema, sin embargo Pierre Bordieu, nos dice que la economía se refiere particularmente a las prácticas del orden social en el que está rodeada toda la sociedad, la familia, el Estado, la escuela, los sindicatos, las asociaciones, los antes mencionados se encuentran conectados directamente con la economía, no solo la banca, las empresas, el mercado, son economía, sino todo lo que está inmerso la sociedad, diciendo que el mundo social está presente en gran medida en cada acción “económica” (Pierre Bordieu, 1988; 16).

La economía no es una ciencia independiente, sino que se encuentra relacionada con otras ramas del conocimiento (Estrada R, 2016), por lo que más que un análisis económico, Bordieu nos plantea ver a la economía como un hecho social, por lo que la presente investigación va encaminada al análisis de las estructuras e interacciones sociales que rodean a las mujeres que realizan comercio electrónico.

Es importante mencionar que, para que la mujer fuera tomada en cuenta dentro de la sociedad, tuvieron que pasar desde enfrentamientos, movimientos sociales que exigían un mejor trato para la mujer, igualdad de género dentro de las empresas y en todos los sectores, sobre todo en las comunidades rurales, que son los lugares donde aún el papel de la mujer es desvalorizado y aún se ejerce con normalidad la violencia contra la mujer.

En el caso mexicano, argumentos similares han sido utilizados por el Estado y los grupos de poder para negar los derechos políticos de los pueblos indígenas. Ante un creciente movimiento indígena que reclama una reforma constitucional que reconozca los derechos autonómicos de los pueblos, académicos y políticos que hasta ahora no habían dedicado ni una sola línea de sus escritos o de sus discursos a las desigualdades de género que viven las mujeres indígenas, repentinamente se mostraron preocupados por la manera en que el reconocimiento de los sistemas normativos de los pueblos indígenas (calificados erróneamente como “usos y costumbres”) pueden violar los derechos de las mujeres.

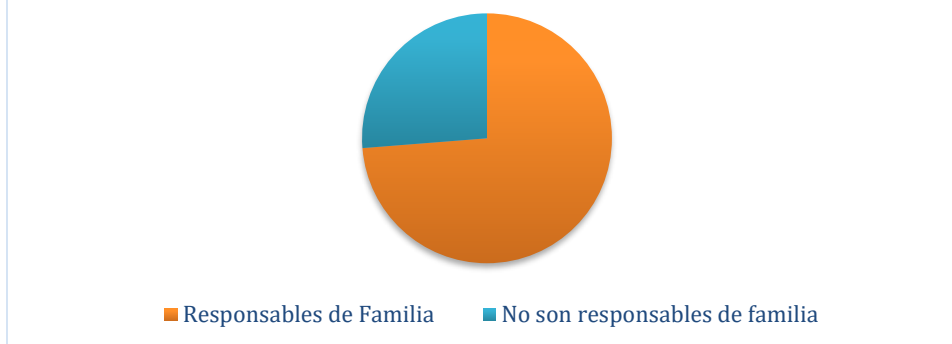
Las mujeres indígenas organizadas han confrontado las representaciones estáticas de la tradición que se han utilizado para descalificar sus “usos y costumbres” planteando que los sistemas normativos indígenas están en un proceso de revisión en el que las mujeres indígenas están teniendo una participación fundamental (Hernández Castillo, 2002 & Sierra, 2004).

Retomo lo anterior, ya que en las delegaciones que conforman el Municipio, aún son controladas y violentadas las mujeres (por su pareja; novio, esposo, etc.), sin omitir que las mujeres que forman parte de las comunidades rurales del Municipio; Zoyatzingo, Huehuecalco, San Pedro, Chalma, Santiago y San Antonio, no laboran dentro del sector, sino que se dedican solamente al hogar (PDM-Amecameca, 2019), realmente se puede observar una brecha de desigualdad entre Amecameca y las delegaciones.

Por ejemplo, dentro de la población estudiada, se pudo observar que cada vez, se está normalizando ver a muchas mujeres siendo el sostén económico de sus familias, por lo que dentro de esta disyuntiva se debe puntualizar que el papel de la mujer se ha ido valorando cada vez más.

Las mujeres actualmente se encuentran en un proceso de crecimiento personal, profesional, con beneficios positivos y enriquecedores para ellas, por lo que resulta fundamental, que todas las mujeres obtengan ese empoderamiento que les permita construir economías fuertes, por medio de su trabajo, a la vez, establecer sociedades más estables y justas para ellas, con el fin de alcanzar sus propios objetivos y al mismo tiempo mejorar su calidad de vida.

Mujeres que son responsables 100% de los gastos familiares



De nuestra población estudiada dentro del Bazar de Mujeres en Amecameca, de 80 mujeres registradas en el listado oficial de este lugar de trabajo, 59 mujeres son responsables 100% de los gastos familiares, los 21 restantes ayudan con los gastos a sus esposos o son para ayudar a sus familias con gastos escolares/personales.

9.1 La reconfiguración de la participación de la mujer en el campo laboral

Actualmente, garantizar la incorporación de los talentos, aptitudes, experiencias y energías de las mujeres dentro del campo laboral, requiere de la puesta en marcha de acciones internacionales y de políticas que les permitan crecer y desarrollarse, de manera profesional como personal (formal) (unwomen, 2020), aún sin tener el apoyo gubernamental al 100%, este grupo de mujeres, el cual forma parte de Bazares Unidos en Amecameca, ha logrado crecer y superarse en muchos aspectos de su vida.

Es importante mencionar que el papel de la mujer en la actualidad es más valorado.

En palabras de la antropóloga y feminista argentina Rita Segato, nos dice que la reinserción de la mujer en el campo laboral se fue dando de manera desigual, pero cada vez más comprendían el papel que les tocaba jugar dentro de la sociedad, no sólo labores del hogar, si no que iban teniendo un crecimiento profesional y personal.

La mujer estaba caminando a una situación de persona con su profesionalización y su inserción al mercado laboral, pese a que seguíamos ganando menos. Y aunque estos avances no fueron satisfactorios y no tocaron a las mayorías, las mujeres de las mayorías se fueron enterando lentamente que no podían ser golpeadas o insultadas. Entonces se

inicia la circulación de discursos contrarios a los que ya estaban instalándose, implantes que defienden los sectores más conservadores (S. Rita, 2017).

Al tiempo en que la mujer va comprendiendo sus propias capacidades, más que sólo enfocarse al hogar, se puede visualizar que existe una brecha entre una mujer que crece en la ciudad a las que viven en zonas rurales, ya que es muy visible el aumento de la violencia de género.

Sin embargo, en la actualidad existen dependencias que se dedican a involucrar a las mujeres que sufren maltrato y violencia intrafamiliar en sus hogares, justo para que puedan tener oportunidad de vivir de manera distinta y sustentarse económicamente por sí mismas y para su familia.

En el Estado de México a través de la Dirección de Bienestar Social para la Mujer, se realizan convocatorias a nivel municipio para impulsar la institucionalización de la perspectiva de género en dónde se les explica a las mujeres lo que es la igualdad y equidad de género, por su parte el Programa de Apoyo a las instancias de Mujeres en las entidades federativas, operados por el Instituto Nacional de las Mujeres y el Instituto Nacional de Desarrollo Social (INDESOL), que en conjunto les permite a las mujeres capacitarse en ciertas áreas con la impartición de talleres que repercuten en el empoderamiento de las mismas (SEMujeres, 2020).

9.2. Empoderamiento

El empoderamiento es un conjunto de procesos que incrementan el control de las mujeres sobre sus propias vidas para aumentar su autoconfianza, fuerza interna y capacidad de organizarse. Parte importante de este conjunto de procesos es la autonomía que tienen las mujeres para elegir sobre su vida y, más aún, contribuir a definir la gama de ofertas de elección que tienen a su alcance. En la vida de una mujer esto se traduce en un proceso que le permite tomar conciencia del efecto de las relaciones de poder en su existencia, infundiéndole la fuerza necesaria para modificarlas. La autonomía de las mujeres se hace notar en aspectos específicos de su cotidianidad: demanda y uso de métodos anticonceptivos, escolaridad de hijos e hijas, salud propia y de otros miembros de la familia, etcétera (Cacique, 2003). Históricamente las mujeres han sido relegadas al espacio privado, donde realizan actividades socialmente poco

valoradas. Para que las mujeres adquieran autonomía, es necesario que se constituyan como individuos separándose de su rol materno y doméstico, lo que Tarrés (2003) llama proceso de "individuación".

Mientras las mujeres no sean capaces de individualizarse, de distanciarse del orden social que las subordina, seguirán siendo dependientes, es decir, carecerán de autonomía (Pérez Villar, María de los Ángeles, & Vázquez García, Verónica, 2009).

9.3. Comercio electrónico

La transformación del comercio se ha ido desarrollando con el paso del tiempo, ya que, gracias al uso y aplicación del internet, este fenómeno tecnológico ha impactado en todos los estratos comerciales, no solo a Micro, Pequeñas y Medianas empresas, sino a personas que han descubierto en esta modalidad de negocio, una herramienta para acelerar su crecimiento económico, tanto individual, como familiar.

El comercio online no sólo ha impactado el mundo económico, sino también en la interacción virtual y la globalización.

De igual manera, es una práctica cada vez más cotidiana a nivel global, las promociones y la amplia variedad de productos que se pueden encontrar con solo buscar los elementos, colocan el e-commerce como una excelente opción para realizar compra y venta, es precisamente eso, lo que le ha llevado a mantener un crecimiento favorable en México.

El crecimiento que ha tenido el comercio electrónico en Latinoamérica en los últimos años, ha sido gracias (en parte) a los números que aporta México. Y es que la cultura de comprar en línea en el país es de las más fuertes (El economista, 2018).

9.4. Redes Sociales

El uso de redes sociales fortalece a las vendedoras a través de la creación de publicidad, notoriedad e imagen de los productos que ofrecen en los grupos de venta de la zona, con el único objetivo de consolidar de la venta, además, su naturaleza basada en la web 2.0 (colaboración y participación del usuario) implica que su uso sea un medio de interacción para las vendedoras y cliente, lo que le permite plantear acciones dirigidas al público objetivo, de una forma mucho más precisa. El uso de redes sociales permite

hacer crecer su negocio online y dar a conocer sus productos en otros lugares, sin importar la distancia.

De esta manera las vendedoras que usan las redes sociales las consideran beneficiosas para el negocio, ya que pueden expandir el número de ventas, aumentando la productividad y el consumo.

Por ello, una presencia activa en las redes sociales puede tener un gran impacto comercial. El aumento de la presencia e implicación de las chicas que pertenecen al mundo laboral de los bazares en línea en las redes sociales, puede propiciar una mejor relación y comunicación con el cliente, lo cual permite satisfacer mejor sus necesidades y, por tanto, fomentar su fidelización.

Además, pueden posicionar mejor sus productos, aumentar su notoriedad y captar nuevos clientes, haciéndola más competitiva en el mercado del internet.

En este sentido es conveniente que las vendedoras tengan claro el objetivo que pretenden conseguir al estar activas en las redes sociales y el público objetivo al cual quieren llegar (N. Sánchez Casado y C. M. Giraldo Cardona, 2015).

9.5. Social Commerce (Comercio Social)

Las redes sociales en conjunto con el comercio electrónico hacen una estrategia doble que permite a las vendedoras darle un uso potencial, por un objetivo específico, por un lado, establecer conexiones entre los clientes desde el punto de venta (tiendas online) y, por otro, permitir a los clientes comprar donde otros clientes están presentes (redes sociales)

A través del social commerce como una nueva forma de comercio mediada por las redes sociales tanto los consumidores como las vendedoras se benefician (N. Sánchez Casado y C. M. Giraldo Cardona, 2015).

9.6. Internet

Las conceptualizaciones mencionadas anteriormente no existirían sin el internet, todo está relacionado y con función dependiente 100% del internet.

Como sabemos, en un principio el Internet se usaba básicamente para manejar e intercambiar información. Actualmente el número de usuarios se está incrementando

debido a los diferentes usos que ofrece, ha llegado a convertirse en una herramienta muy útil para personas de diferentes edades, el uso que los usuarios le han llegado a dar con el paso del tiempo, es realmente englobado 100% al contar con Internet, ofrece ser un medio de comunicación de alto y mejor rendimiento, ya que pueden realizarse a través de este medio, como por ejemplo; contar con email, redes sociales, hacer uso de los portales de noticias, todo relacionado al uso de la tecnología como utilizar estas herramientas mediante un teléfono inteligente, Tablet o computadora (Malca Oscar, 2001; 16).

Por lo que es importante mencionar que para estas mujeres que interactúan mediante redes sociales y ejercen el comercio electrónico con la venta de sus productos, la existencia del internet ha impactado económica y socialmente en sus vidas, porque sin internet simplemente no podrían trabajar ni obtener el aporte económico que les ofrecen las ventas en redes sociales.

Para el análisis del problema en cuestión, se tomaron 5 definiciones; empoderamiento, comercio electrónico, redes sociales, comercio social e Internet, conceptos que nos ayudarán a comprender de mejor manera su papel dentro del entorno vivido de las mujeres del Bazar de Mujeres en Amecameca.

10. METODOLOGÍA

Mediante el uso del trabajo de campo etnográfico realizado, la observación participante y como herramienta extra, la fotografía, se pretende comprender, el cómo las ventas por internet con ayuda de las redes sociales y las actividades que realizan mediante el comercio electrónico, han repercutido en sus vidas tanto personal, social y económicamente.

Y con la experiencia práctica personal, de conocer e involucrarme más en la población estudiada, reflexionar y analizar las distintas situaciones a las que se han enfrentado las mujeres que forman parte de Bazares Unidos Amecameca a causa de la pandemia causada por el COVID-19.

Población Objetivo

2 mujeres que forman parte de Bazares Unidos Amecameca (que cuentan con un lugar físico) y 2 mujeres que venden únicamente de manera virtual (chicas de entregas) y una clienta.

La percepción y experiencia directas como auto observadores, nos han permitido obtener y garantizar la confiabilidad de los datos extraídos, con el fin de brindar y realizar un registro detallado de la situación actual dentro del Bazar en Amecameca.

La observación participante, me ha permitido analizar todo desde la propia perspectiva, ya que al realizar las mismas actividades y como parte del grupo, tuve la oportunidad tener la experiencia vivida de mi propia realidad.

Al mismo tiempo, pude tener la experiencia de investigador dentro de un contexto más cercano, que me permitió poder describir y detallar todos los acontecimientos que se suscitaron ante la nueva normalidad, pero enfocado más a la repercusión positiva de las ventas en línea de este grupo, teniendo una partida doble, implicándome en actividades concernientes a la situación social a estudiar y observar de fondo dicha situación (Valles M, 1999; 150).

Por otra parte, la fotografía fue la herramienta que nos permitió adentrarnos a la realidad vivida en el entorno estudiado, ya que como investigador siempre requerimos desarrollar capacidades técnicas que nos permita mediante el uso de la observación, tener la sensibilidad de crear nuevos conocimientos.

La fotografía y la experiencia de la observación permite crear imágenes nítidas y elocuentes, pero el contenido, como lo dice Hernández, 1998:

“no está exclusivamente determinado por el desarrollo de estas capacidades, la capa la concepción de la imagen fotográfica en el contexto del quehacer del investigador, requiere el conocimiento amplio y profundo de los motivos que hay que fotografiar y el conocimiento de su contexto social, cultural o histórico. Por otra parte, requiere ubicar y reconocer a la fotografía como un modo material de conocimiento a partir del cual se pueden realizar registros, que, en su calidad de representación de la realidad, permiten conocerla e interpretarla innovando métodos en la investigación antropológica. «Una imagen dice más que mil palabras», dicho muy socorrido, se emplea para acrecentar el elogio de una fotografía por demás elocuente o impactante. Esta sentencia más que trillada se convierte en una frase en absoluto relativa.” (Hernández, E. Octavio, 1998).

La fotografía como técnica muestra un fragmento de la realidad, la delimitación y límites del entorno estudiado, tienen un propósito en conjunto con el investigador, explicar el entorno de lo estudiado y comprender las relaciones sociales establecidas en las diversas culturas existentes entre el pasado y el presente y con eso, facilitar el acceso a la información y registros del trabajo de campo con lo percibido en las fotografías (Hernández, E. Octavio, 1998).

Finalmente, las entrevistas realizadas, fueron focalizadas, ya que los entrevistados:

- “Se encuentran están expuestas a una situación concreta e inmersas en una situación social no controlada, pero observada (comercio electrónico).
- El investigador ha estudiado previamente la situación, comprendiendo los determinados aspectos de la situación.
- El guión de entrevista se ha elaborado a partir del análisis previo del tema y las entrevistas se centran en las experiencias subjetivas de la gente expuesta a la situación, con el propósito de comprender mejor el entorno estudiado” (Valles M, 1999; 184).

ANEXOS

Guion de Entrevista (vendedoras)

Nombre:

Edad:

Nivel de estudios:

Estado Civil:

Ocupación:

¿De qué manera conociste Bazares Unidos Amecameca?

¿Cómo fue que te involucraste en el mundo de los bazares en línea?

¿Qué productos vendes en tu negocio?

Aproximadamente, ¿Cuál es tu ingreso a la semana con la venta de tus productos mediante redes sociales?

¿Por cuál red social promueves más tus productos?

¿Cuentas con otro trabajo, aparte de realizar el comercio electrónico?

¿Ha realizado compras en bazares de otros estados?

(Realizar preguntas en caso de que la entrevistada cuente con una carrera profesional)

¿Cuál fue el motivo principal, por el cual comenzaste a vender por redes sociales?

De ambos trabajos, ¿en cuál generas ingresos mayores?

Preguntas a clientas del Bazar

¿Cuál es tu opinión acerca de las ventas por internet?

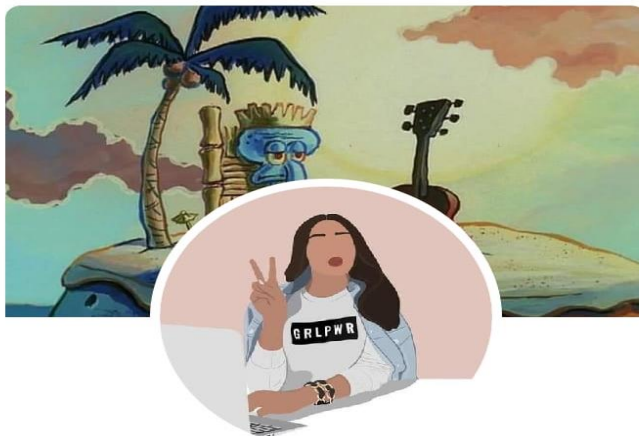
¿Ha adquirido artículos de segunda mano?

¿Cuál ha sido tu experiencia en el ejercicio de darle una segunda oportunidad a las prendas de ropa/productos?

Aproximadamente ¿Cuánto gastas semanalmente, al adquirir artículos de los bazares?

¿De qué lugar han sido los bazares más lejanos, en los cuales has adquirido algún producto?

¿Qué opinas de las paqueterías que realizan las chicas de los bazares?



Yonce Bey

🇲🇽 *Cielito lindo* 🇲🇽

Ventas en línea 📱

🌟 Bazar online 🌟

Aplicación de Entrevistas

VENDEDORAS

1. Karen Estefany

Dorantes Samorano, 24 años, Casada y con Ocupación al Hogar, Estudiante de Estilismo y Vendedora del Bazar.

¿Cómo fue que comenzaste a vender en el bazar? Empecé de hecho, porque compré una máquina que era para exfoliar y aclarar la cara, entonces se me ocurrió hacer un grupo como de ventas y de ahí se supone ir a conseguir clientas, cuando vi que sacaba más dinero o más ventas,

vendiendo cositas que ya no usaba, entonces así fue como empezó todo y en específico eran ventas para mujeres.

¿Y cómo fue que te involucraste en el mundo de los bazares en línea?

Por eso mismo, ya una vez que hice el grupo, fue un grupo exclusivo para mujeres, pues fui conociendo a muchas más compañeras y fue así como también me fui relacionando y entrando un poquito más a esto, la verdad ya tenía experiencia en ventas, pero solo por catálogo, pero ya creando el grupo, la verdad fue cuando más me enfoque a vender en línea, porque antes vendía en mi casa o con mis conocidas, pero haciendo el grupo, pude adentrarme más a ello y tener más ventas. Comencé a conocer a más chicas.

¿Qué productos comenzaste a vender y como fue creciendo tu bazar?

Pues los productos que empecé a vender fueron cositas que tenía en casa, en específico la ropa que ya no utilizaba pero que estaba en buenas condiciones o ropa de mis hijos, eso fue lo que comencé a vender y posteriormente, ya con las ganancias que obtenía empecé a invertir en otro negocio que fue la venta de carpas y las vendía, también acero inoxidable y algunas otras cosas como maquillaje.

Bueno, tú actualmente eres la administradora que comenzó todo esto del bazar en Amecameca y me parece muy interesante, en primera porque fuiste la que tuvo la iniciativa del Bazar y actualmente es sorprendente ver cómo ha crecido tanto, realmente si es muy digno de admirar, porque no sólo es local, es una red muy grande en toda la zona volcanes.

De hecho, desde que inicio el grupo, ya de ahí todo se fue expandiendo, comencé a conocer a chicas de Chalco, Valle de Chalco, Ixtapaluca, y sí,

ahorita ya hay chicas de Ciudad de México, y pues sí es una red de mujeres emprendedoras muy grande, las cuales las admiro mucho.

¿Y cuándo tuviste la idea de ponerte en ese espacio público, no te preocupó que te fueran a quitar los policías?

La verdad es que cuando nos pusimos era el trienio de Álvaro Avelar y la verdad fue muy accesible, no nos puso trabas, posteriormente tuve que hablar con las personas de comercio, si tuvimos que hacer papeleo hasta que se tuvo concretar algo bien, ya que estábamos de manera informal, pero hablando con el presidente fue muy accesible.

Y regresando a lo de las ventas, ¿solo promueves tus productos por Facebook, o que otra red social utilizas?

En Whatsapp tenemos grupos de venta en donde igual promovemos los productos de la zona, antes tenía una página en Instagram, pero siento que en FB Y Whatsapp se mueve más la venta, pero igual en Instagram muchas chicas utilizan esa red social para promover sus ventas.

Esta pregunta es un poco más personal, así que si me la puedes responder está súper bien, si no, no hay ningún problema, es la siguiente, ¿Cuál es tu ganancia aproximadamente en un día de venta en el bazar?

Pues, la verdad es que varía mucho, por ejemplo, en un día normal, está entre los \$500 o \$1000, hay días en los que no vendo nada, aunque siento que depende mucho de qué día caiga el sábado, porque si es quincena siento que es cuando mejor nos va a todas, cuando es un día normal, hasta menos de \$1000, \$400 o \$300.

Pero una chica promedio entre \$400 a \$600.

¿Entonces tu ingreso económico es lo que vendes en línea?

La verdad es que ahora todo negocio al menos en lo personal, se mueve en línea, yo por ejemplo realizo servicios de estilismo, como te comentaba, aunque estoy estudiando, hay cosas que ya las domino, entonces ofrezco mis servicios por línea, me promociono en línea, por ejemplo, esta semana tengo promoción en unas, todo lo publico en las redes sociales y me anuncio en ellas y pues mis ventas son en Facebook, Whatsapp y los días sábados únicamente en el bazar.

¿Me podrías platicar acerca de los pedidos que haces en las plataformas?

Llego SHEIN todavía faltan dos paquetes más por llegar



Hay varias chicas que hacen pedidos de Shein, incluso hacen pedidos en Mercado libre, Amazon, en mi caso lo que hago es abrir pedidos y les digo, “chicas voy a abrir pedido en la plataforma, es con un



pago de contado y les llega en unos 15 días y a ese precio”, les cobro \$10 extra ya que se están evitando de hacer una compra grande que es normalmente lo que te piden en la página, hacer una compra mínima de \$1000, para que el envío te salga gratis, entonces es la forma que yo manejo para que ellas puedan adquirir sus productos y pues no necesariamente adquirir los \$1000 que la pagina te pide.

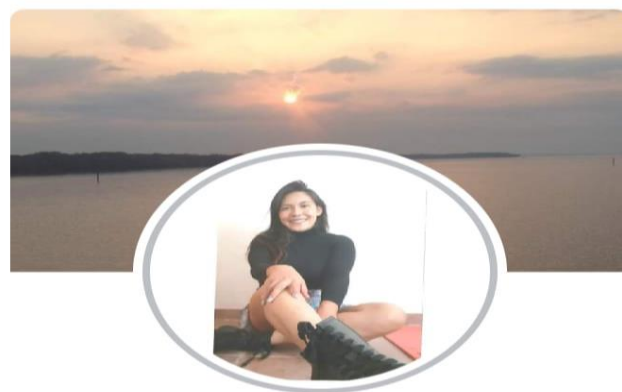
Yo creo que como mujeres que siempre andamos movidas, ya sea que eres ama de casa, trabajas o eres estudiante, es para nosotras mucho más fácil

realizar tus ventas por redes sociales, ya que puedes estar en tu casa, en tu escuela o trabajando y es mucho más fácil y práctico.

¿Has interactuado con algún bazar de otro estado o que sea de un lugar lejano?

Si, esta red de mujeres emprendedoras ya es muy grande, tengo clientas de Sinaloa con lo de Acero Inoxidable, e incluso tenemos una red de paqueterías, entonces a lo mejor es muy cercana, pero a la Ciudad de México y Sinaloa si eh enviado productos de mis ventas.

Las paqueterías son también una labor muy importante e igual es una red muy grande, porque es un apoyo al comercio local y un apoyo para las mujeres de la zona.



Norma Cordoba

Mi objetivo es construir una vida en la que no necesite de vacaciones. ♻️

📧 Mensaje



🏠 Vive en **Ciudad de México**

2. Norma Córdoba
Montoya, 26 años,
Soltera, Licenciatura
terminada, Ocupación
Actual, únicamente a las ventas en línea.

¿Cómo fue que conociste el Bazar?

Yo únicamente venía a comprar, entonces me decían que tenía que venir a recoger aquí y ya después me llamó la atención porque dije, creo que es una buena estrategia de ganar dinero y empecé a vender mi ropa.

En este momento ¿qué productos vendes en tu bazar?

Ropa nueva y de Segunda Mano.

Esta pregunta es un poco más personal, así que si me la puedes responder está súper bien, si no, no hay ningún problema, es la siguiente, ¿Cuál es tu ganancia aproximadamente en un día de venta en el bazar?

Los días de menor venta \$500 y los días en que me ha ido mejor entre \$1500 y \$2000, en un día, en un ratito.

¿Cuál es la red social por la que promueves tus productos?

Facebook

¿Cuál fue el principal motivo por el que comenzaste a vender?

Primero por curiosidad, ya que dije voy a vender, a ver qué pasa, a ver si sale algo, pero ahorita si lo estoy haciendo para obtener un ingreso extra y de manera formal.

¿Has hecho uso del servicio que ofrecen las chicas de paquetería?

Si y la verdad está muy padre porque así adquieres productos de otro lugar, en lo personal si hay diferentes tipos de ropa en Chalco o Ixtapaluca y por un bajo costo te lo traen hasta acá.

¿Cuál ha sido tu experiencia al darle una segunda oportunidad a la ropa?

A mí se me hace muy padre, porque hay veces que compras y te la pones pocas veces, como los vestidos que solamente los utilizas en alguna fiesta y en lo personal a mí no me gusta volverlos a utilizar, entonces se me hace padre porque puedes recuperar algo de lo que te invertiste y para la siguiente quizá ya tienes para comprar otro diferente.

Por otra parte, la contaminación, me parece que México ocupa el segundo lugar en el lugar más contaminado a causa del consumismo de la ropa.

Opinión General de las ventas por redes sociales

No sé si antes existía o hace cuanto se empezó a crear esto de las ventas por internet, pero es muy buena opción para una buena parte de la población que quizá no puede salir a trabajar o no tiene la disponibilidad de horario, esto lo puedes hacer en tus tiempos libres y no tienes un horario fijo para hacerlo y puedes adquirir un ingreso extra o hay personas que conozco que lo hacen de manera muy constante y es su forma de empleo y mayor fuente de ingresos, entonces se me hace una idea súper padre y creo que aquí en el municipio deberían de impulsar todo esto, porque más personas podrían dedicarse a esto y tener un ingreso extra, creo que aún muchas personas desconocen todo esto, que pueden ganar un ingreso extra con las cosas que no utilizan, yo en lo personal me siento muy contenta de haberme involucrado en esto de los bazares.



Foto capturada en el mes de junio del presente año. Carpa del negocio dentro del Bazar de Norma Córdoba,



CLIENTAS

- 1. Aranza Azul Islas Herrera, 23 años, estudiante de Licenciatura, Soltera, Emprendedora de una Pizzería y Postres (se promociona con ayuda de las redes sociales).**

¿Me podrías platicar acerca de tu negocio?

Es un negocio de Pizzas, pero no cuento con un espacio físico, solo me muevo mediante las redes sociales y las entregas son a domicilio.

¿Cómo promocionas tu negocio?

Hacemos propaganda mediante volantes y también en Facebook pagamos propaganda para expandir nuestras ventas y darnos a conocer un poco más, es un poco similar del como promocionan las chicas de los bazares sus productos, ya que también tengo una página en Facebook y en Instagram. Pero igual poco a poco, esperamos mis amigos y yo ahorrar para poder tener un espacio físico, para que las personas puedan llegar a comer ahí, pero por ahora solo es por Internet.

¿Qué productos has adquirido en el Bazar del IMSS?

Es que una compañera de mi Universidad tiene su bazar en línea y comencé adquirir con ella en bazares y ya después me fui expandiendo al mundo de los bazares.

Entonces los productos que adquieres en la mayoría son nuevos o de segunda mano.

Compro de los 2, si me gusta simplemente lo compro, no importa si es nuevo o de segunda mano.

¿Qué piensas acerca de darle una segunda oportunidad a la ropa?

Pues yo creo que, aunque la ropa es de segunda mano tiene muy buena calidad, duran bastante tiempo y con eso también ayudas al planeta.

¿Qué producto ha sido lo más caro que has adquirido en algún bazar?

El costo fue de \$180 y fue de una chamarra de la marca Zara, que la verdad en tiendas está arriba de \$1200, me sorprendió mucho haberla encontrado tan barata y en excelentes condiciones.

¿Has interactuado con algún bazar que no sea de la zona?

Si, una vez compré algo de un bazar que era de la CDMX y me lo mandaron hasta acá, pagué \$10 de paquetería.

No estaba muy enterada de las paqueterías, pero pienso que es un buen servicio y aunque a veces hay malentendidos siempre son muy amables.

➤ **Listado de mujeres que forman parte del Bazar**

EDAD	RESPONSABLE DE FAMILIA
75	NO
27	SI
28	SI
33	NO
36	NO
34	SI
63	NO
56	SI
39	SI
32	SI
29	NO
28	SI
48	SI
25	NO
27	NO
46	SI
34	SI
36	SI
55	NO
49	SI
35	SI
44	SI
34	SI
72	NO
56	NO
48	SI
35	SI
24	SI
39	SI
33	SI
32	SI
22	NO
38	SI
56	NO
42	SI
29	SI
26	SI
45	SI
39	NO
26	SI
32	SI
43	SI
25	SI
34	SI
32	SI

65	NO
27	NO
31	NO
35	SI
45	SI
22	SI
46	SI
35	SI
28	SI
62	NO
54	SI
33	SI
29	SI
35	SI
49	NO
28	SI
29	SI
33	NO
51	SI
56	SI
39	SI
25	SI
38	SI
46	NO
28	SI
42	SI
32	SI
28	SI
39	SI
44	SI
58	SI
55	NO
36	SI
33	SI
25	SI

Fuente de Información: Karen Dorantes, Administradora del Bazar de Mujeres en Amecameca.

El acceso a la información personal de la población objetivo, nos ayudó a interpretar y analizar la situación del comercio electrónico y presencial en el bazar de mujeres, por ejemplo, en el listado anterior, se muestran las edades de las mujeres que trabajan dentro de este bazar, se puede observar que no existe un rango entre esta población, lo único que las identifica es que son compañeras de trabajo, que están laborando por necesidades económicas principalmente.

ANÁLISIS DE ENTREVISTAS

Desde una perspectiva interpretativa, nos interesa conocer cuáles son las características que articulan la vida laboral de los sujetos a analizar, en este caso de las mujeres que venden por medio de redes sociales.

En primera instancia, se les brinda un agradecimiento a las chicas que aceptaron ser entrevistadas; Karen Dorantes, que al ser la administradora y quien tuvo la iniciativa de comenzar este Bazar no hace más de 6 años, haya visto una oportunidad de negocio no solo para ella, si no para otras mujeres, que hasta el día de hoy se han ido incorporando en esta red inmensa de bazares que interactúan por redes sociales.

Gracias a la participación de Karen pudimos obtener datos personales de las vendedoras del bazar, las cuales, en el listado anterior, se puede visualizar quienes son responsables 100% de sus hogares, datos que al ser analizados, nos muestran el papel actual que tiene la mujer dentro de la sociedad, ya que al encargarse económicamente de sus familias, nos muestra que la sociedad ha ido ascendiendo, no solo en cultura, sino en ideología, situación que de igual manera nos muestra que en la actualidad la mujer es un pilar esencial dentro de la sociedad.

Karen Dorantes, al convertirse en una madre joven, tuvo que verse en la necesidad de trabajar en lo que pudiera, por lo que vender los artículos y ropa de segunda mano, le permitió a largo plazo, tejer una red de relaciones entre mujeres de otros municipios, que al día de hoy, sin conocerse físicamente, se conocen por medio de redes sociales, situación que me parece muy interesante de mencionar, las interacciones entre los bazares en línea cada vez se han ido fortaleciendo con el paso del tiempo, y es aquí cuando se le brinda un punto favorable al uso del internet, ya que gracias a él, y al comercio electrónico que ha ido evolucionando, les ha brindado una fuente de ingresos a este grupo de mujeres que su único objetivo es generar ingresos económicos con la venta de sus diferentes productos.

Por su parte, Karen nos menciona que actualmente, se dedica a ser estudiante de estilismo y con los conocimientos que ha ido adquiriendo, realiza el servicio de manicure, pedicure, corte de cabello y algunos otros servicios de estética, los

cuales, al día de hoy, le ayudan con sus gastos del hogar, pero que su principal actividad de marketing, es el promocionar sus servicios mediante redes sociales, al final del día sigue siendo un mediador dentro de su área de trabajo.

En segunda instancia, Norma Córdoba es egresada de la UAM-Xochimilco de la carrera de Biología, sin embargo, al convertirse en madre, le ha impedido de alguna manera dedicarse 100% a su carrera profesional, por lo que realizar las ventas por internet, le han brindado una ayuda económica enorme para sustentar los gastos de su hijo que en la actualidad tiene año y medio.

Siendo madre soltera, menciona que es un poco difícil encontrar un trabajo que no requiera 100% de su tiempo laboral de manera completa, sin embargo, un punto importante que me gustaría rescatar es que nos menciona, que las ventas por redes sociales le dejan un sueldo más alto, que el sueldo quincenal en un trabajo correspondiente a su carrera profesional, puntualizando que, en un día de venta, gana lo que le pagan quincenalmente en un empleo de tiempo completo dentro del sector formal laboral.

Es muy interesante analizar que contar con una carrera universitaria, no asegura brindarte una estabilidad económica, por lo que, las ventas por redes sociales se vuelven una oportunidad laboral, que solamente ocupa cierta parte de tu tiempo y a la vez, pudiera ser nombrado como “home office” (trabajo desde casa), solamente que el ingreso ganado, depende 100% de ti y el esfuerzo que le pongas a tu negocio.

Finalmente, nos interesaba conocer de igual manera la postura de las clientas que adquieren productos por medio de internet, por lo que, Azul Islas, una estudiante de Letras de la UAEM (Universidad Autónoma del Estado de México), nos compartió su experiencia al comprar artículos por este medio (redes sociales), ella nos comparte que le parece una buena idea adquirir ropa de segunda mano, por los precios tan accesibles y la calidad de la ropa que en ocasiones al adquirirla nueva sale en un precio altísimo, aparte que al consumir y adquirir productos second hand, ayudas a no seguir contaminando aún más el ambiente.

Es importante mencionar que, al realizar la auto-observación durante casi 2 años, me ha permitido involucrarme en el contexto en el que se desenvuelve esta red de bazares, tanto física, como de manera online (por redes sociales), lo cual, formar parte de este grupo de mujeres que venden por redes sociales, repercutió en gran medida en que estos datos me fueran brindados de manera más fácil.

FOTOGRAFÍAS

“Una imagen dice más que mil palabras”, dicho muy utilizado para emplear el elogio de una fotografía por demás elocuente o impactante. La búsqueda del investigador se orienta más a diversos aspectos: estéticos, humanos, de información, de comunicación ubicándolo como un elemento central: el individuo y su cultura a través del espacio y tiempo (Hernández Espejo O, 1998; 32).

Para poder mostrar un poco del entorno estudiado, las fotografías fueron una herramienta esencial para poder brindar al lector una mejor comprensión del contexto a analizar.

Es importante mencionar que las fotografías como nos dice el autor Octavio Espejo, requieren múltiples maneras de uso que se les dé a las mismas, es el método que define a las diversas formas de integración, es decir, las diferentes maneras de construir el objeto utilizando la imagen.

La fotografía es una combinación de arte y técnica en la que el fotógrafo integra elementos técnicos, intuitivos, conceptuales y creativos para la producción de imágenes, teniendo múltiples propósitos que van desde la simple realización de un retrato, hasta la elaboración de complejas fotografías con marcados mensajes subliminales que permitirán al investigador mostrar un poco del entorno estudiado y a la vez, permitiendo que el lector se introduzca al entorno mediante la visualización de las fotografías.

Por lo que, en nuestro análisis, se intenta mostrar el entorno estudiado; la manera en que se desenvuelven todas estas mujeres trabajadoras, las interacciones sociales que van desarrollando entre ellas con las ventas de sus productos y sobre todo las relaciones que se van fortaleciendo con el único fin de ser solidarias unas

a otras, de apoyarse cuando se necesita y de la sororidad que entre mujeres es más común visualizar.

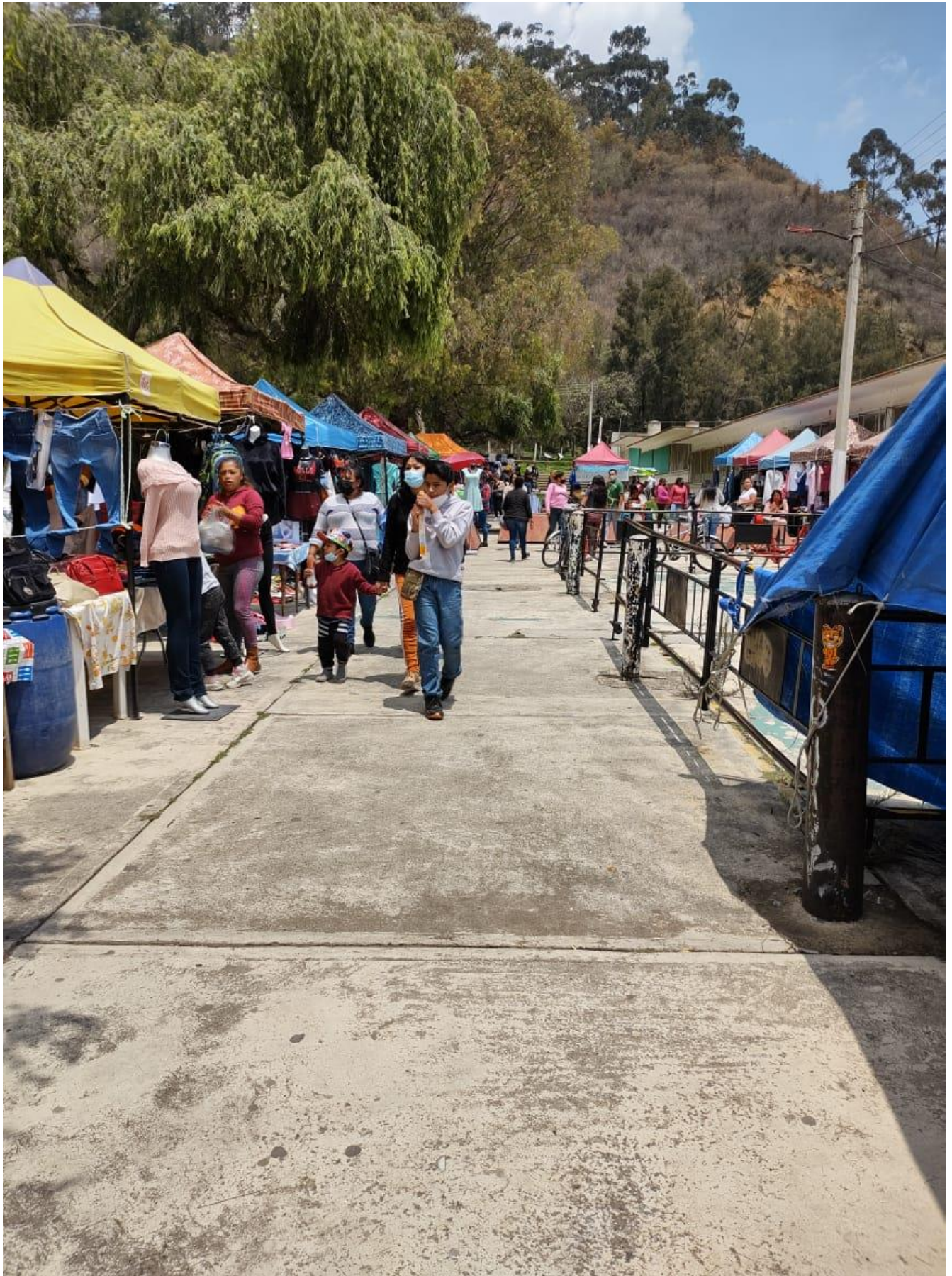
Lo que caracteriza a la fotografía, a diferencia de otros medios icónicos, es su exactitud de transcripción y su claridad de definición, mostrando un fragmento de la realidad, dando al investigador un propósito en el que el contenido de la imagen se relaciona directamente en mostrar el objetivo de análisis, por lo que la fotografía es la representación más parecida a la misma realidad (Hernández Espejo O, 1998; 35).

De esta manera se pretende que, mediante el uso de fotografías, se puedan registrar los hechos sociales y rasgos culturales característicos del entorno estudiado.

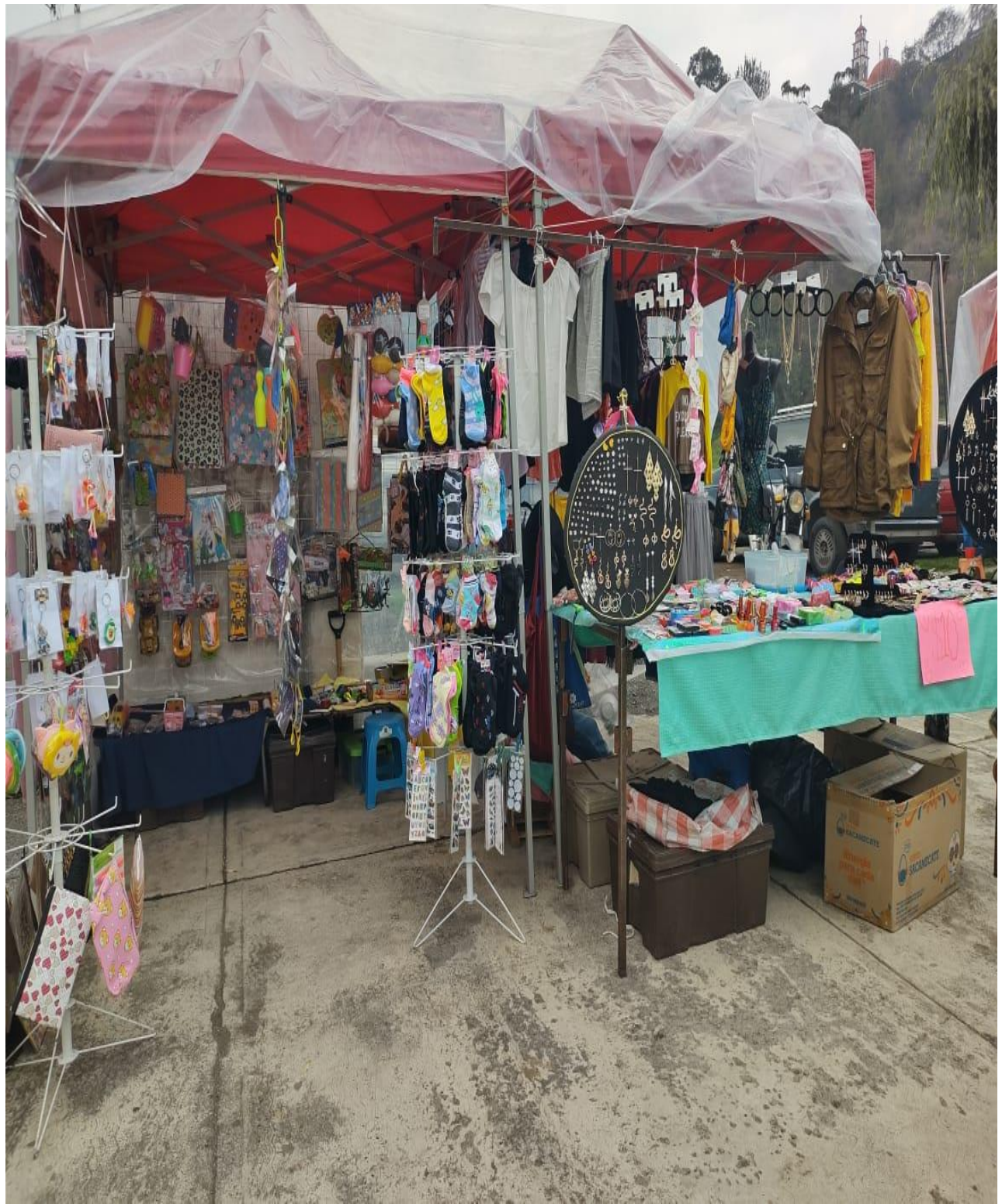














En la entrada del área de bazares se podía visualizar este letrero que indicaba de manera obligatoria el uso de cubre bocas, la aplicación de gel antibacterial y la sana distancia para evitar aglomeraciones



En la salida se indicaba lo mismo, realmente se podía visualizar una unión social en el tiempo en que la pandemia estuvo en su punto más fuerte, sin embargo, a casi un año después de que la pandemia se hiciera parte de nuestras vidas, la gente ha dejado de lado los cuidados sanitarios que aún se deberían seguir ejerciendo, para evitar los contagios causados por el COVID-19.

CONCLUSIÓN

“Auto emplearse fue la respuesta que muchas encontraron para seguir generando ingresos, las mujeres son las primeras en ser despedidas cuando hay crisis de cualquier tipo, ellas resolvieron el tema de ingresos de esta manera. Es totalmente válido y digno” (Velázquez Sánchez Luz M, 2021).

De acuerdo al análisis realizado tanto de los bazares en línea como en el físico, podemos concluir que estas mujeres han encontrado en las redes sociales un medio muy importante que les permite laborar y generar ingresos, que dependen 100% de su esfuerzo y actitud.

Aunque no tienen un horario fijo, es real, que el trabajo de estas mujeres lo realizan prácticamente las 24 horas del día, sin descuidar sus obligaciones en el hogar; cuidar a su familia, ayudarles a los niños con la tarea, ir por las compras, relajarse, etc.

Es importante mencionar que, de acuerdo a los datos proporcionados por la Administradora del Bazar de Mujeres en Amecameca, de 80 mujeres que actualmente se encuentran registradas para laborar de manera física, 59 son responsables 100% de los gastos familiares, por lo que las ventas por redes sociales resultan ser un ingreso fuerte con el que cuentan semana tras semana.

Me gustaría compartir que, al formar parte de este grupo de mujeres que laboran dentro del bazar, y realizando ventas por medio de las redes sociales, tuve la gran oportunidad de poderme ubicar en 2 posiciones, menciona el autor Guber, *“que el desempeño como nativo te permite tener una postura distinta al investigador”*, y es cierto, como vendedora, sientes simpatía por las compañeras, tratas de ayudar cuando se requiere, cuando está en mis posibilidades, adquiero ropa, zapatos con mis compañeras del bazar, porque al consumir con ellas, sé que estoy ayudando, así mismo las relaciones ejercidas como compañeras, permiten que ellas también adquieran productos de los que vendo, por lo que esta interacción se vuelve cada vez más fuerte.

Por otra parte, como investigadora, me parece muy interesante como es que las redes sociales se volvieron un medio de trabajo muy importante, desde la creación

de los grupos de compra y venta, las diferentes dinámicas que se observan dentro de los bazares en línea, la empatía por las chicas vendedoras de otros lados, que, aunque no conoces, con el simple hecho de ver su perfil o de interactuar mediante FB o Instagram, ya sientes una cierta cercanía con ellas.

De igual manera, siempre estuve alerta con el fin de observar y registrar todos los acontecimientos que se suscitaban a mi alrededor, con el fin de realizar un buen trabajo y análisis del entorno estudiado.

Es importante mencionar que, al poder ser partícipe de este grupo, pude externar de manera personal como fue el proceso de adaptación a la nueva normalidad en nuestro trabajo, a pesar de que el autor contrapone ambas actividades, puedo compartir ambas perspectivas desde una misma realidad.

Realmente es muy sorprendente, todas las situaciones que pude llegar a observar relacionadas a la pandemia, muchas compañeras compartiendo su situación familiar en relación a los fallecimientos cerca de sus casas o de familiares cercanos, mencionando que tienen que trabajar, porque si no salen a trabajar no hay quien sustente los gastos familiares que tienen, pero por otro lado, se encontraban en la situación de no poder seguir trabajando porque en sus trabajos tuvieron recorte de personal y lamentablemente muchas fueron despedidas, por lo que las ventas en línea las salvaron de esa racha económica.

Si bien es muy triste todo lo que estamos viviendo, debemos seguir respetando las normativas que se nos indican, para evitar que el COVID-19 se siga expandiendo y afectando a más familias mexicanas.

Por otra parte, es necesario mencionar que el presente trabajo fue realizado principalmente por cómo es que, en lo personal, me fui incorporando al mundo de los bazares, como clienta, tienes una perspectiva, tal vez de, "cómo es que voy a usar ropa de segunda mano?", sin embargo, analizando bien la situación, piensas que está bien no contaminar más el medio ambiente, puedes encontrar ropa muy bonita a precios muy bajos, de igual manera ropa nueva a excelentes precios, porque de eso se tratan los bazares, de adquirir cosas asombrosas a bajo costo.

Actualmente los bazares en línea son una enorme sensación, puedes encontrar lo inimaginable con tan sólo realizar una publicación; a bajo costo, con tu compra aportas al consumo local, a la economía de todas estas mujeres que venden por redes sociales y sobre todo a no afectar tu propia economía.

Estas mujeres, han logrado con ayuda del internet, redes sociales y su propio encanto, a que más personas las estén reconociendo, que conozcan su trabajo, tal vez la pandemia repercutió en que todos aquellos que lamentablemente se quedaron sin empleo, pudieran explotar sus ideas y así abrir su propio negocio en línea.

Podemos decir que las redes sociales se han convertido en una herramienta esencial para las mujeres que laboran en el comercio electrónico. Gracias al internet y a las redes sociales, muchas mujeres han logrado salir adelante, pagar sus estudios, los de sus hijos y generar ingresos extra para sus gastos básicos.

AGRADECIMIENTOS

Primero que nada, gracias a Dios por darme a la familia más hermosa que me pudo haber regalado, por la salud, el amor y el trabajo que hasta el día de hoy nos ha regalado.

A mis padres

Jamás existirán las palabras necesarias para expresarles todo el agradecimiento y amor que siento por ustedes, gracias, por tanto, por su paciencia, cariño, ayuda incondicional en cada una de las decisiones que he tomado a lo largo de mi vida, porque sé que aunque me costó mucho trabajo llegar a donde estoy, siempre será todo gracias a ustedes, que siempre estuvieron cerca y jamás me dejaron sola.

Lety y Kary

Gracias por ser un gran ejemplo en mi vida, por ayudarme en absolutamente todo, por enseñarme que las cosas por sí solas jamás van a llegar, siempre será con trabajo y esfuerzo, por el amor y paciencia que siempre me tienen, me hacen feliz y estoy más que agradecida por todo lo que siempre hacen por mí.

Dul, Bote y los bebés

Primero que nada, gracias hermana grande por siempre estar pendiente de mí a pesar de la distancia, siempre lo he dicho, eres mi 2da madre y estoy más que bendecida por tener una hermana como tú, que siempre me ha querido, me ha cuidado y procurado como si fuera tu hija, a veces pienso que jamás podré lograr ser como tú, pero lo intento siempre y espero que algún día estés orgullosa de mí.

Botecito, gracias por cuidarme y quererme desde que me conoces, espero que, de igual manera, algún día logres estar orgullosa de mí, siempre te voy a querer y a admirar porque eres una gran persona y muy inteligente.

Dieguito y Angelito, nunca van a existir las palabras para expresar todo el amor que siento por ustedes, sin embargo, quiero que sepan que quiero y espero lograr muchas cosas increíbles para que ustedes se sientan orgullosos de mí, gracias por

ser uno de los motores más grandes que me motivan para llegar lejos, son los niños más hermosos e inteligentes del mundo entero.

Mis cachorritos

Sé que no lo pueden leer, pero espero que ellos sepan que son mi felicidad y razón por las que quiero lograr muchas cosas, cuando me siento triste ellos me animan, me hacen feliz y cada día intentaré ser mejor para que ellos me sigan queriendo como siempre.

Pelusa, es mi compañerita de vida y espero retribuirle con amor y cariño, todo lo que me ha dado en estos 13 años juntas, gracias porque sin ella, yo no sería lo que soy ahora, siempre se lo voy a agradecer.

REFERENCIAS

- América economía. (abril de 2020). ¿Cómo enfrentar la crisis en las empresas? Los aliados en cuarentena. Vistazo, 172.
- CEPAL. (2020). América Latina y el Caribe ante la pandemia de la enfermedad por coronavirus: Efectos económicos y sociales. Recuperado de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45337/S2000264_es.pdf?sequence=6&isAllowed=y
- El Comercio. (2020, 29 de junio). Ventas 'online' sumarán USD 2 200 millones en este año, proyecta gremio. Recuperado de: <https://www.elcomercio.com/actualidad/ventas-online-negocios-economiacomercio.html#:~:text=Durante%20el%202019%2C%20el%20comercio,se%20vendi%C3%B3%20el%20a%C3%B1o%20pasado.>
- García, J. H. (2018). La regulación del comercio: retos ante el cambio tecnológico. Revista del Instituto de Ciencias Jurídicas de Puebla, 12(41), 43-70.
- OIT (Organización Internacional del Trabajo) (2020). “Enfermedad por coronavirus y el mundo del trabajo: repercusiones y respuestas”, 18 de marzo de 2020 [en línea]. Recuperado de:

https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/dgreports/dcomm/documents/briefingnote/wcms_739158.pdf.

- Seoane, E. (2005). La nueva era del comercio electrónico: El comercio electrónico. Las TIC al servicio de la gestión empresarial. (Primera ed.). Madrid, España: Vigo:Ideaspropias. Recuperado de https://books.google.com.ec/books?id=evLz521ZVmAC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_sum mary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Zapata, C. (2020, 11 de Mayo). Oportunidades de negocios se multiplican con el e-commerce. Líderes. Recuperado de <https://www.revistalideres.ec/lideres/revista-lideres-edicion-11-mayo.html>.
- Robles Ortiz, David, & Martínez García, Miguel Ángel. (2018). Determinantes principales de la informalidad: un análisis regional para México. *Región y sociedad*, 30(71)<https://doi.org/10.22198/rys.2018.71.a575>
- El Financiero. (2020). COVID-19 confina a la mitad de la población. El Financiero, economía, mercados y negocios. Obtenido de: [https://www.elfinanciero.com.mx/mundo/covid-19-confina-a-la-poblacion](https://www.elfinanciero.com.mx/mundo/covid-19-confina-a-la-mitad-de-la-poblacion).
- Asociación de Internet MX. (2019). Comercio electrónico en México. Asociación de Internet en MX. Obtenido de: <https://www.asociaciondeinternet.mx/comercio-electronico-en-mexico>
- INAFED, 2019. Enciclopedia de los Municipios y Delegaciones de México, Amecameca. Disponible en: <http://www.inafed.gob.mx/work/enciclopedia/EMM15mexico/municipios/15009a.html>
- INEGI, 2015.
- SEMUJERES, 2020. Apoyo a Instancias Federativas, promover e implementar. Disponible en: http://semujeres.edomex.gob.mx/programas_federales_mujeres
- Pérez Villar, María de los Ángeles, & Vázquez García, Verónica. (2009). Familia y empoderamiento femenino: ingresos, trabajo doméstico y libertad de movimiento de mujeres chontales de Nacajuca, Tabasco. *Convergencia*, 16(50), 187-218. Recuperado en 15 de junio de 2021, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-14352009000200008&lng=es&tlng=es.
- N. Sánchez Casado y C. M. Giraldo Cardona. Análisis de la actividad en redes sociales de marcas del sector moda como herramienta de social commerce. Disponible en: <https://repositorio.upct.es/bitstream/handle/10317/4963/aar.pdf?sequence=6&isAllowed=y>

- Malca Óscar, 2001. Comercio electrónico. 1a. ed. corregida - Lima: Universidad del Pacífico, 2001. (Apuntes de Estudio; 40). Disponible en: <https://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/76/AE40.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Chiatchoua, C., Lozano, C., & Macías-Durán, J. (2020). Análisis de los efectos del COVID-19 en la economía mexicana. *Revista del Centro de Investigación de la Universidad la Salle*, 14(53), 265-290.
- Rivas-Rivas, I. D. R., & Esmeralda-Zamora, C. F. "NENIS" Y EMPRENDIMIENTO POST PANDEMIA (COVID-19) EN MATEHUALA SLP MÉXICO. *APLICACIONES DE HERRAMIENTAS DE MERCADOTECNIA*, 30.
- Mendoza J. (2020). COVID-19 y el empleo en México: impacto inicial y pronósticos de corto plazo. *Contaduría Y Administración*, 65(5),214. ISSN 2448-8410. Disponible en <http://dx.doi.org/10.22201/fca.24488410e.2020.3028>
- Rocha F. (2021). ¿Quiénes son "las nenis" y por qué hay tanta controversia en internet? *El universal*. Disponible en <https://www.eluniversal.com.mx/ultima/que-es-una-neni-y-por-que-se-volvieron-virales>
- INEGI. (2020). Resultados de la encuesta telefónica de ocupación y empleo (ETOE) cifras oportunas de junio de 2020. Comunicado de prensa núm. 387/20. Disponible en https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2020/enoe_ie/ETOE2020_08.pdf
- Oficina del PNUD en México (2020). Desafíos de desarrollo ante la COVID-19 en México. Panorama Socioeconómico. Economía UNAM. PNUD LAC C19 PDS No. 13. Disponible en <http://revistaeconomia.unam.mx/index.php/ecu/article/download/543/576/>
- Iraís S. (2021). De vendedoras a emprendedoras: el empoderamiento de las 'nenis'. *Tec Review*. Disponible en <https://tecreview.tec.mx/2021/03/08/emprendimiento/empoderamiento-de-las-nenis/>
- García A. (2021) Las Nenis: autoempleo y comercio digital durante la pandemia. "El economista". Disponible en <https://www.economista.com.mx/empresas/Las-Nenis-autoempleo-y-comercio-digital-durante-la-pandemia-20210225-0067.html>
- Entrepreneur, 2021. MICROEMPREENDEDORAS ORGULLOSAS, ECONOMÍA "neni" genera ventas por 9.5 millones de pesos diarios: UNAM. Disponible en: <https://www.entrepreneur.com/article/367626>