

EMPODERAMIENTO FEMENINO A TRAVÉS DEL LUJO Y LA MODA

AUTOR

MANUELA ARIAS JARAMILLO

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA PASCUAL BRAVO FACULTAD DE DISEÑO

TECNOLOGÍA EN GESTIÓN DEL DISEÑO TEXTIL Y DE MODA

MEDELLÍN

2022

EMPODERAMIENTO FEMENINO A TRAVÉS DEL LUJO Y LA MODA

AUTOR

MANUELA ARIAS JARAMILLO

Trabajo de grado para optar al título de GESTOR DEL DISEÑO TEXTIL Y DE MODA.

Asesor

Luz Arley Espinosa Moreno

Economía – Diseño de Moda

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA PASCUAL BRAVO

FACULTAD DE DISEÑO

TECNOLOGÍA EN GESTIÓN DEL DISEÑO TEXTIL Y DE MODA

MEDELLÍN

2022

DEDICATORIA.

A mis padres Yanet y Robinson quienes con su amor, paciencia y esfuerzo me han permitido llegar a cumplir hoy un sueño más, gracias por inculcar en mí el ejemplo de esfuerzo y valentía, de no temer las adversidades porque Dios está conmigo siempre.

Mi hermano Daniel por su cariño y apoyo incondicional, durante todo este proceso, por estar conmigo en todo momento gracias. A toda mi familia porque con sus oraciones, consejos y palabras de aliento hicieron de mí una mejor persona y de una u otra forma me acompañan en todos mis sueños y metas.

Finalmente quiero dedicar este proyecto de investigación a mi novio, por apoyarme cuando más lo he necesitado, por extender su mano en momentos difíciles y por el amor brindado cada día, de verdad mil gracias.

AGRADECIMIENTO.

Sus palabras fueron sabias, sus conocimientos rigurosos y precisos, a ustedes mis profes queridos, les debo mis conocimientos. Donde quiera que vaya, los llevare conmigo en mi transitar. Su semilla de conocimientos, germino en el alma y el espíritu. Gracias por su paciencia, por compartir sus conocimientos de manera profesional e invaluable, por su dedicación, perseverancia y tolerancia.

TABLA DE CONTENIDO.

	Pág.
1. Introducción	13
2. Capítulo 1. El problema	14
3. Capítulo 2. Justificación	15
4. Capítulo 3. Objetivo.....	16
5. Capítulo 4. Referentes	17
6. Capítulo 5. Metodología	20
7. Capítulo 6. Resultados	30
8. Capítulo 7. Recomendaciones	33
9. Capítulo 8. Conclusiones	34
10. Anexos	35
11. Bibliografía	37

LISTA DE TABLAS.

Tabla 1. diferencia laboral <https://www.foessa.es/blog/desigualdad-transversal-entre-hombres-y-mujeres/>

Tabla 2. participación social entre hombre y mujeres
<https://www.foessa.es/blog/desigualdad-transversal-entre-hombres-y-mujeres/>

Tabla 3. principal motivo de discriminación <https://www.foessa.es/blog/desigualdad-transversal-entre-hombres-y-mujeres/>

LISTA DE BOCETOS.

Boceto 1. moldería

Boceto 2. figura de vestido.

GLOSARIO.

AMOR PROPIO: consideración y estima que una persona siente por ella misma y por la cual espera ser considerado y estimado por los demás.

APARIENCIA: es lo que percibimos a través de los sentidos, su aspecto externo, lo que es independiente de que se corresponda con su esencia, de allí el famoso dicho de que “las apariencias nos engañan”, ya que no todo lo que aparece ante nosotros de modo visible es lo verdadero.

AUTOESTIMA: es la valoración, percepción o juicio positivo o negativo que una persona hace de sí misma en función de la evaluación de sus pensamientos, sentimientos y experiencias.

BELLEZA: se trata de una apreciación subjetiva: lo que es bello para una persona, puede no serlo para otra. Sin embargo, se conoce como canon de belleza a ciertas características que la sociedad en general considera como atractivas, deseables y bonitas.

CULTURA: conjunto de conocimientos, ideas, tradiciones y costumbres que caracterizan a un pueblo, a una clase social, a una época, etc.

DINERO: es todo aquel activo o bien que generalmente se acepta como medio de cobro y pago para realizar transacciones.

ECONOMIA: es una ciencia social que estudia la forma de administrar los recursos disponibles para satisfacer las necesidades humanas.

ELEGANCIA: es aquello que se deriva del buen gusto y la distinción, de lo que hace que algo o alguien se destaque del resto, por ser agradable, armónico, delicado, bello, fino, alejado de todo lo que puede aparecer como burdo, grosero, estridente, común o recargado.

EMPODERAMIENTO FEMENINO: es uno de los caminos a seguir para impulsar la igualdad de género, y alcanzar el desarrollo sostenible.

EMPRESARIA: es aquella persona que se encarga de la dirección y gestión de una compañía, negocio o industria. Su finalidad es la obtención de beneficios económicos.

ESTEREOTIPO: es una imagen, idea o noción inmutable que tiene un grupo social sobre otro, al que le son atribuidos de forma generalizada conductas, cualidades, habilidades o rasgos distintivos.

ESTILO: conjunto de rasgos peculiares que caracterizan a un artista, una obra o un período artístico y le confieren una personalidad propia y reconocible.

FEMENINA: propio de la mujer o que posee características a ella.

HISTORIA: disciplina que estudia y expone, de acuerdo con determinados principios y métodos, los acontecimientos y hechos que pertenecen al tiempo pasado y que constituyen el desarrollo de la humanidad desde sus orígenes hasta el momento presente.

IGUALDAD: es una equivalencia o conformidad en la calidad, cantidad o forma de dos o más elementos.

INDEPENDENCIA: se ejerce la libertad, ya que se actúa por cuenta propia, pero también implica tomar decisiones y asumir la responsabilidad de sus consecuencias.

LIBERTAD: facultad y derecho de las personas para elegir de manera responsable su propia forma de actuar dentro de una sociedad.

LIDERAZGO: define a una influencia que se ejerce sobre las personas y que permite incentivarlas para que trabajen en forma entusiasta por un objetivo común. Quien ejerce el liderazgo se conoce como líder.

LOGRO: se denomina logro al alcance de una meta previamente propuesta por una persona o un grupo de personas.

LUJO: exhibición o manifestación de riqueza.

MODA: conjunto de prendas de vestir, adornos y complementos que se basan en esos gustos, usos y costumbres, y que se usan durante un periodo de tiempo determinado.

MUJER: es una persona del sexo femenino. Se trata de un término que se utiliza en contraste a hombre o varón, conceptos que nombran a los seres humanos de sexo masculino.

PODER: se utiliza para describir la facultad, habilidad, capacidad o autorización para llevar a cabo una determinada acción. El poder implica también poseer mayor fortaleza corporal e intelectual en relación a otro individuo y superarlo en una lucha física o en una discusión.

PSICOLOGIA: ciencia que estudia los procesos mentales, las sensaciones, las percepciones y el comportamiento del ser humano, en relación con el medio ambiente físico y social que lo rodea.

SILUETA: perfil o contorno de una figura.

SOCIEDAD: es un conjunto de individuos que conviven en un mismo territorio bajo un determinado esquema de organización, compartiendo además lazos económicos, políticos y culturales.

VESTUARIO: es el conjunto de prendas con que se cubre el cuerpo. El término puede utilizarse como sinónimo de vestido. Por ejemplo: *“Aún no elegí el vestuario para esta noche”*.

TITULO: EMPODERAMIENTO FEMENINO A TRAVÉS DEL LUJO Y LA MODA

AUTOR: MANUELA ARIAS JARAMILLO

ASESORA: Luz Arley Espinosa Moreno

PALABRAS CLAVES: FEMENINA – LUJO – DINERO – EMPODERAMIENTO - MODA

RESUMEN.

Las mujeres siempre buscamos vernos bellas y femeninas, teniendo en cuenta que cada quien lo hace a su manera, sin embargo, muchas veces lo hacemos para impresionar a los demás demostrando el lujo o el dinero que muchas veces no se tiene, sintiéndose vacías por dentro, por esto se recomienda incentivar el amor propio y solo los pensamientos positivos, para que de esta forma ninguna mujer independientemente de su peso, estatura o estatus económico, se sientan incompletas, al contrario, se sientan completas y empoderadas consigo mismas y aprovechen el potencial que tienen ya sea en la moda o en otras áreas.

TITLE: FEMALE EMPOWERMENT THROUGH LUXURY AND FASHION

AUTHOR: MANUELA ARIAS JARAMILLO

ADVISOR: LUZ ARLEY ESPINOSA MORENO

KEY WORDS: FEMALE – LUXURY – MONEY – EMPOWERMENT - FASHION

RESUME.

Women always seek to see ourselves beautiful and feminine, taking into account that everyone does it in their own way, however, many times we do it to impress others by showing the luxury or money that many times we do not have, feeling empty inside. , for this reason it is recommended to encourage self-love and only positive thoughts, so that in this way no woman, regardless of her weight, height or economic status, feels incomplete, on the contrary, they feel complete and empowered to have equals and take advantage of the potential they have either in fashion or in other areas.

INTRODUCCIÓN.

A través de la moda se han representado muchos momentos históricos a nivel mundial; una de ellos es como la mujer a liderado su lucha por la igualdad de género, se ve como la mujer se vuelve representativa en su evolución y transformación, lo que se entiende que la mujer por sus logros tanto culturales como sociales, lo han manifestado a través de los tiempos mediante su vestuario y así, por medio de esta se han empoderado mucho más, no solo su nivel económico, sino también en la forma en que se visten, las hace sentirse mas seguras.

El concepto de empoderamiento empezó a ganar mas fuerza, ya que las feministas, la emplearon para dar teorías sobre la importancia de empoderar a las mujeres, para una sociedad más igualitaria; Las mujeres empezaron asumir el papel del liderazgo y así han obtenido cambios que les han permitido participar con las mismas condiciones de los hombres, por esto empezaron a fijarse mas en su vestimenta y en sus siluetas.

A lo largo de este trabajo se analiza como es el empoderamiento femenino a través del lujo y la moda. Y así reconocer las características de las mujeres y por último relacionar todo esto, con el lujo y lo psicológico.

Una mujer con estilo propio es una mujer que se conoce bien, una mujer que está orgullosa de su cuerpo y de sus valores.

CAPITULO 1. EL PROBLEMA.

Las mujeres de la actualidad gozan de sus logros ya sean culturales, sociales, económicos y personales, es por esto que la moda más que ropa que se usa, es una disciplina utilizada por mujeres para sentir poder, seguridad y lujuria, ya que a través de esta se muestran y enseñan lo que realmente son o quieren ser, “La moda y el estilo personal tiene impacto en el sentir y en el mensaje que se manda al exterior y cuando se multiplica, es imposible no escucharlo”. (Nannini, 2016), pero encontramos como la mayoría de las mujeres, las cuales se pueden vestir y sentirse segura de si misma son pocas, ya que también la actualidad se basa en un prototipo de mujer delgada y así solo estas, tienen “más valor”.

El empoderamiento de las mujeres es un proceso deseable y necesario que contribuye al bienestar individual y familiar; el empoderamiento, se refiere a un proceso por el cual a quien se le ha negado la posibilidad de tomar decisiones de vida, adquieren esta capacidad. Cuando se habla de empoderamiento femenino se refiere tanto al proceso como al resultado, del cual las mujeres ganan mayor control sobre los recursos y desafían la discriminación del género, ¿Cómo se analiza el empoderamiento femenino a través del lujo y la moda?

CAPITULO 2. JUSTIFICACIÓN.

La moda es una forma versátil, en la cual se puede diversificar en los materiales, colores y diseños. Al inicio de la moda, se complicaba mucho el hecho de que las mujeres no podían usar lo que quisieran o las hicieran sentir más cómodas, solo tenían que cumplir los parámetros que la misma sociedad les imponía, aunque siempre buscaban verse elegantes, pero para verse siempre elegantes tenían que estar muy incómodas, al pasar los años muchas mujeres se cansaron de esto y decidieron alzar su voz y no seguirse sometiendo más a estos parámetros dictaminados por la sociedad machista de la época, durante todo este tiempo en el que lucharon por la libertad, la moda y el mundo fue tomando otros rumbos u otros modos de ver a la mujer, “tras una revisión histórica de los cambios en la vestimenta, la relación entre vestuario y empoderamiento femenino es evidente” (Toro, 2017).

Actualmente muchas empresas de lujo han querido ayudar a las mujeres o también muchas de estas empresas se encuentran varias mujeres detrás de ellas, “para seguir avanzando es necesario “pensar en igualdad, construir con inteligencia e innovar”, así es como lo refiere el tema que la organización de las naciones unidas” (Ramírez, 2019), muchas de estas empresas se han dado cuenta que han crecido es por estas mujeres consumistas, que a veces sin importar sus precios compran con el solo hecho de empoderarse y sentir seguras.

Notamos a medida del tiempo como los hombres respetan más las mujeres y ellas mismas se van valorando más, he incluso se nota cada vez más mujeres fuera de casa, laborando más, para darse sus propios lujos. Para este tema de investigación se pensó mucho en la serie Dinastía de Netflix, ya que Fallón Carrington, es una mujer que inspira mucho empoderamiento femenino, viste muy elegante y sus lujos son demasiado ostentosos, mujeres como ellas, deben de tener más el mundo.

Se espera que con este proyecto de investigación pueda cumplir con las expectativas del lector, si es para un investigador se espera que sea de gran utilidad para su proyecto, pero sobre todo se espera que se entienda los conceptos planteados.

CAPITULO 3. LOS OBJETIVOS.

3.1. OBJETIVO GENERAL.

Analizar el empoderamiento femenino a través del lujo y la moda.

3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

Describir el empoderamiento femenino.

Explicar las características del empoderamiento femenino en la moda de Medellín.

Concientizar el empoderamiento de las mujeres para contribuir en su bienestar.

CAPITULO 4. REFERENTES.

4.1. REFERENTES TEORICOS

Recopilación de conocimientos científicos existentes sobre un tema, los cuales nos brinda bases para el inicio, desarrollo y culminación de cualquier proyecto.

4.2. REFERENTE ESPACIAL.

Describe donde se ubican las entidades en el mundo, por lo cual, para nuestro proyecto, sirve para expresar o describir la situación planteada solo sobre la ciudad de Medellín y así los lectores logran captar e imaginarse el lugar.

4.3. REFERENTE CRONOLÓGICO.

Hace referencia al espacio y tiempo, por lo tanto, para nuestro proyecto, expresa que esta situación del empoderamiento femenino es el ahora que lo estamos viviendo y presenciando, aunque es un término que esta hace muchos años, en este proyecto hablamos del termino por lo que hoy sabemos y conocemos de él.

4.4. REFERENTE HISTÓRICO.

Es un conjunto de circunstancias temporales, sociales y culturales las cuales rodean un evento relevante, por lo tanto, se establece una relación con cosas que sucedían épocas atrás, por esto vemos que nuestro proyecto encaja completamente, ya que las mujeres vienen luchando por sus derechos hace muchos años atrás y esto les ha permitido hoy ser mas empoderadas y seguras de ellas mismas.

4.5. REFERENTES LEGALES.

En este se interpreta las leyes, normas o deberes, pero para el trabajo de grado no nos serviría ya que este depende es de la personalidad de cada mujer y como interprete la moda y el lujo.

4.6. REFERENTE EXPERIMENTAL.

Estudia el comportamiento y sustentan procesos psicológicos con participantes humanos, el trabajo va con esto de la mano ya que se entiende como el lujo y la

moda, hace que la mujer se sienta mas segura y empoderada de ella misma, por esto se tocara temas psicológicos.

4.7. REFERENTES PROYECTIVOS.

De este se requiere ver un problema y corregirlo o cambiar para una mejora sea económica, cultural y social; no se requiere hacer una mejora, solo buscar o explicar el porque una mujer se siente mas empoderada cuando tiene bastantes lujos.

4.8. REFERENTE EXPLORATORIO.

Se interesa por un tema que no ha sido estudiado antes o permite conocer aspectos nuevos de conocimientos ya existentes, por lo tanto, no nos funciona para el proyecto debido a que ya ha sido estudiado anteriormente.

4.9. REFERENTE EXPLICATIVO.

Aborda de manera objetiva un asunto o tema determinado con la finalidad de dar a conocer e informar hechos, datos o conceptos específicos, el proyecto puede darse como referencia de este ya que del tema que se habla lo damos a conocer a muchas personas así ya tengan bases de este.

4.10. REFERENTE DOCUMENTAL.

Compilación de documentos escritos, audiovisuales o de cualquier índole, que sirvan de muestra de los eventos ocurridos, que permitan indagar en busca de conclusiones, esta nos funciona demasiado según la historia de la liberación de las mujeres y como ellas han ganado mas espacios importantes a nivel mundial.

4.11. REFERENTE DESCRIPTIVO.

Se centra en recolectar datos que describan la situación tal y como es, este nos funciona perfecta ya que se describe tal cual la situación a la que está dirigido y recolectamos datos para que esta situación sea mas completa para el lector.

4.12. REFERENTE CORRELACIONAL.

Esta basada en el método científico, ya que se plantean las preguntas para así medir las variables de interés y así analizar para sacar conclusiones, este no es medible.

4.13. REFERENTE ETNOGRÁFICO.

Describir e interpretar las modalidades de vida de los grupos de personas habituadas a vivir juntas, por lo tanto, esta modalidad nos funciona muy bien ya que entraremos a describir un grupo de mujeres costosas y elegantes.

CAPITULO 5. METODOLOGÍA.

 INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA PASCUAL BRAVO		Código: GDO-FE-115																	
VICERRECTORÍA DE DOCENCIA		Versión: 003																	
CRONOGRAMA DE TRABAJO INVESTIGACIÓN		TÍTULO DEL INFORME:		EMPODERAMIENTO FEMENINO A TRAVÉS DEL LUJO Y LA MODA															
SEMESTRE: I-2022		OBJETIVO GENERAL:		Analizar el empoderamiento femenino a través del lujo y la moda															
NOMBRE DEL ESTUDIANTE: MANUELA ARIAS JARAMILLO		NOMBRE DEL ASESOR: LUZ ARLEY ESPINOSA M		MES 1				MES 2				MES 3				MES 4			
#	ACTIVIDADES A REALIZAR	MES 1				MES 2				MES 3				MES 4					
		SM	SM	SM	SM	SM	SM	SM	SM	SM	SM	SM	SM	SM	SM	SM			
1	Presentación del asesor y socialización de la guía del informe final	X																	
2	Explicación de preliminares (cubierta, portada, indicaciones, agradecimiento, contenido, glosario, resumen)		X																
3	Revisión de preliminares y explicación de la introducción			X															
4	Revisión de la introducción y explicación de capítulo 1 al problema				X														
5	Revisión del capítulo 1 el problema y explicación del capítulo 2 justificación					X													
6	Revisión del capítulo 2 justificación y explicación del capítulo 3 los objetivos						X												
7	Revisión del capítulo 3 los objetivos y explicación del Capítulo 4 referentes teóricos.							X											
8	Revisión del capítulo 4 referentes teóricos y explicación del capítulo 5 metodología								X	X									
9	Revisión del capítulo 4 referentes teóricos y del capítulo 5 metodología									X	X								
10	Explicación del capítulo 6 resultados y revisión del capítulo 5 metodología											X							
11	Conexiones del trabajo												X						
12	Revisión del capítulo 6 resultados y explicación del capítulo 7 recomendaciones													X					
13	Revisión del capítulo 7 recomendaciones, explicación del capítulo 8 conclusiones y los anexos														X				
14	Revisión del capítulo 8 conclusiones y de los anexos															X			
15	Revisión de todo el trabajo																X		
16	Entrega del trabajo																	X	

Empoderamiento Femenino A Través Del Lujo Y La Moda

Hola, mi nombre es Manuela Arias, estudiante del pascual bravo, la siguiente encuesta hace referencia a mi trabajo de grado y para mí sería un honor, que usted la respondiera...
 Las mujeres de la actualidad gozan de sus logros ya sean culturales, sociales, económicos y personales, es por esto que la moda más que ropa que se usa, es una disciplina utilizada por mujeres para sentir poder, seguridad y lujuria, ya que a través de esta se muestran y enseñan lo que realmente son o quieren ser.

1. ¿Te interesa la moda?

Texto de respuesta larga

2. Para ti ¿Qué es empoderamiento femenino?

Texto de respuesta larga

3. ¿Qué medios de pago prefiere?

- Tarjeta De Credito
- Tarjeta Debito
- Efectivo

4. Cual de las siguientes opciones prefiere a la hora de vestirse:

- Elegante
- Causal

5. ¿Cuál es su nivel educativo?

- Educación Primaria
- Educación Secundaria
- Tecnología
- Pregrado
- Postgrado
- Maestría

6. ¿Cuál es su nivel de ingreso promedio?

- \$1.000.000 - \$2.000.000
- \$2.001.000 - \$3.500.000
- \$3.501.000 - \$4.500.000
- Mas

7. ¿Cada cuanto compra ropa?

- 1 mes - 3 meses
- 4 meses - 6 meses
- 7 meses - 10 meses
- Cada año
- Por ocasión

8. ¿Qué tan importante es la forma de vestir para usted y por qué?

Texto de respuesta larga

9. De los siguientes lugares, ¿dónde prefiere comprar ropa?

- Facebook
- Instagram
- Catálogo
- Páginas Web
- Locales Comerciales

10. En promedio ¿Cuanto gasta habitualmente cuando compra ropa?

- \$50.000 - \$100.000
- \$101.000 - \$200.000
- \$201.000 - \$300.000
- \$400.000 o Mas

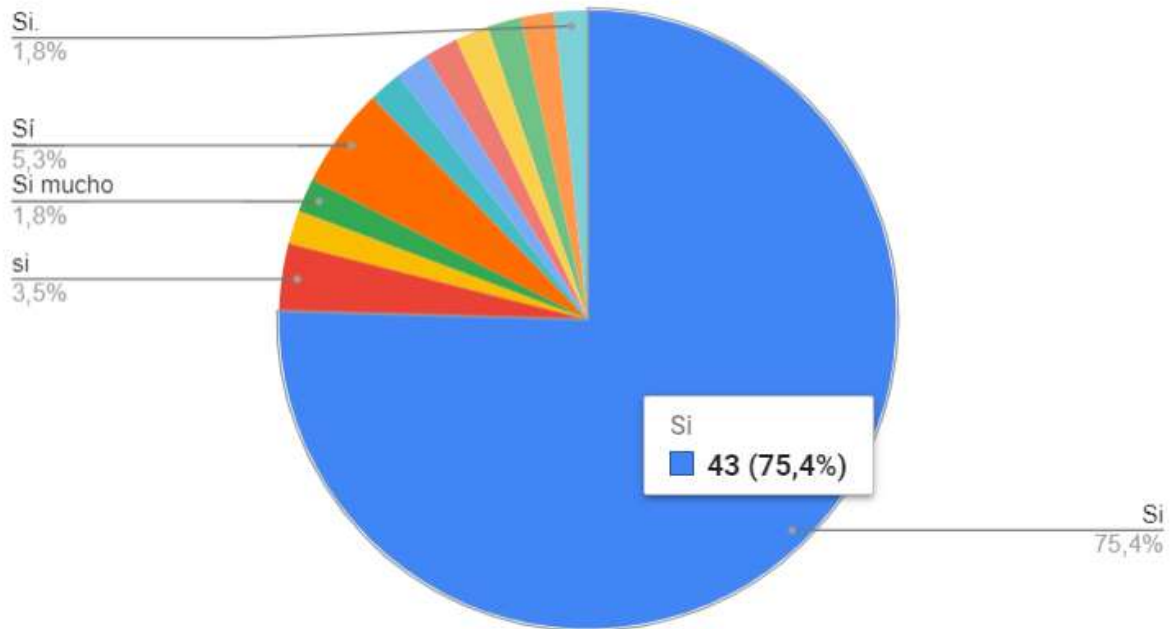
11. ¿Cuanto tiempo en promedio tarda eligiendo ropa?

- 30min - 1h
- 1h - 2h
- 2h o mas

12. ¿Que características prefiere usted en una prenda de vestir?

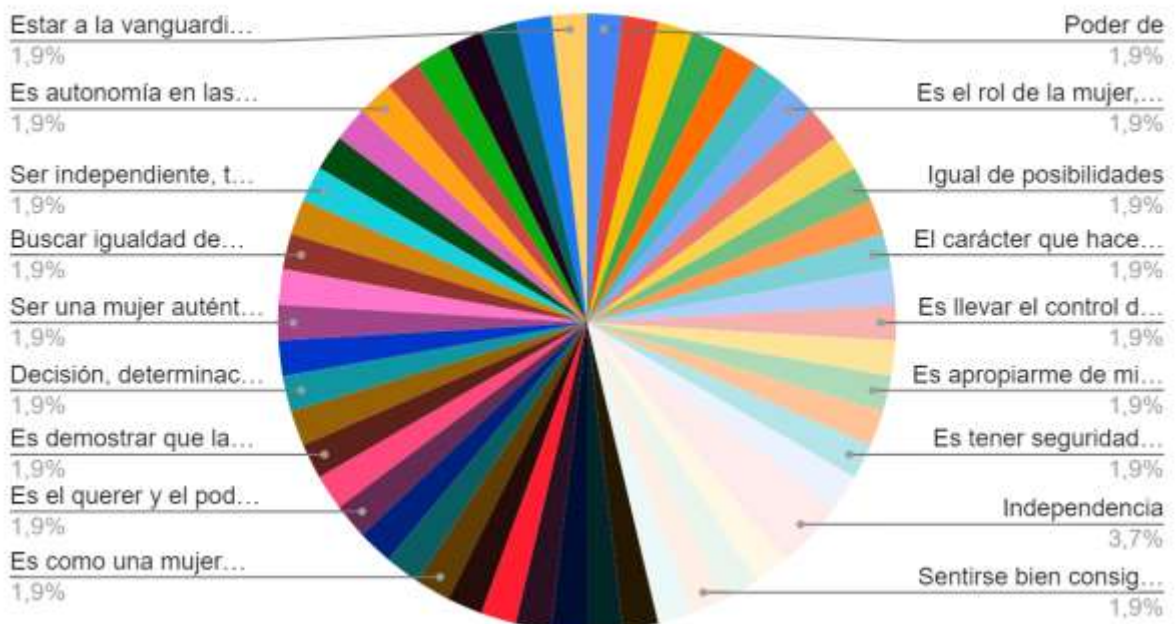
- Que sea cómoda
- Que sea original
- Que sea de marcas conocidas
- Que sea económica
- Que sea de buena calidad

Recuento de 1. ¿Te interesa la moda?



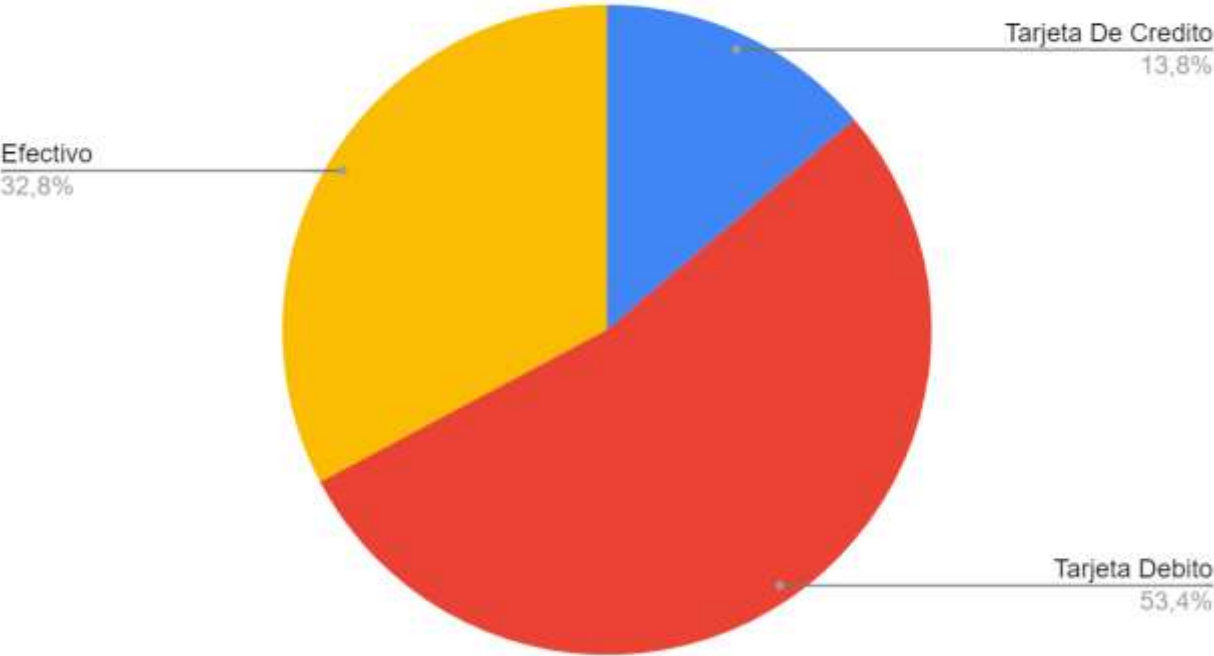
La moda, es una de las formas de expresión del ser humano, y en esta encuesta lo constatamos, para el 75,4 % de las personas que realizaron esta encuesta definieron que les interesa la moda, teniendo un alto porcentaje de probabilidades de ventas.

Recuento de 2. Para ti ¿Qué es empoderamiento femenino?



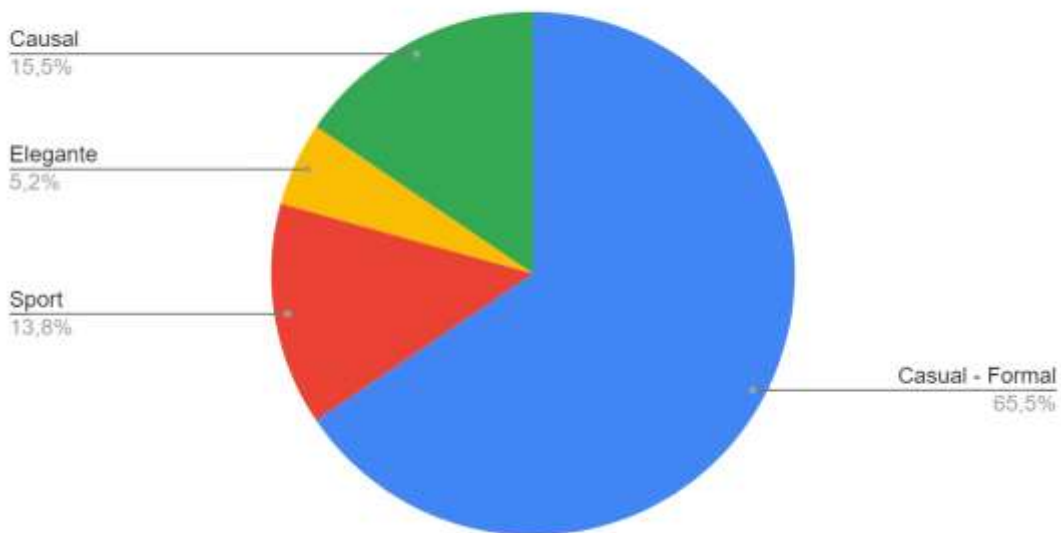
El empoderamiento femenino, nos define unos temas principales dentro de las encuestadas, la independencia como factor principal con un 3.7 % y seguidos de temas como poder de decisión y autoestima, con un 1.9% demarcando por una nueva era de mujeres con un carácter mas fuerte y dominante que surge de los diferentes cambios contemporáneos.

Recuento de 3. ¿Qué medios de pago prefiere?



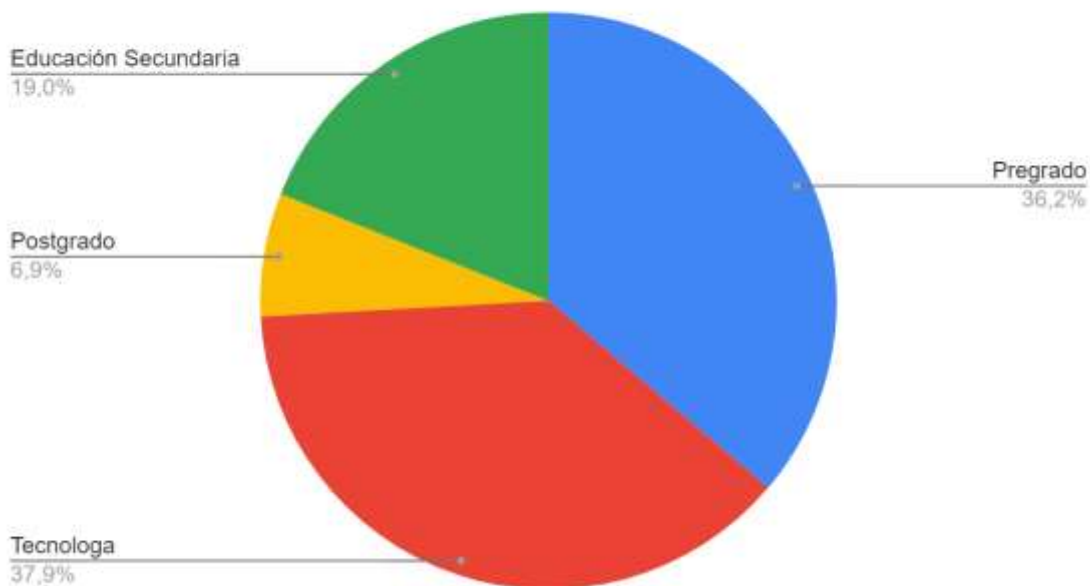
El cambio del dinero a través del tiempo es uno de los temas que está en evolución, cuando se transitaba oro por la ruta de seda y era muy peligroso, pasando a pagares y luego dejando de mover oro para convertirlo en dinero impreso, de hay surgieron los bancos y las diferentes formas de pago, y esta evolución esta a la par con la encuesta, los medios digitales preponderan sobre el efectivo corriente, y aunque Colombia es un país que maneja mucho efectivo y poca bancarización, cada día se trabaja en este tema para digitalizar la economía

Recuento de 4. Cual de las siguientes opciones prefiere a la hora de vestirse:



Las personas siempre quieren estar bien, pero de forma casual, la forma de vestir es una de las formas que nos representa como personas, todos quieren tener un buen estilo, pero sin salirse de la zona de confort, creando un nivel que lleva a la formalidad teniendo el confort del día a día, por estar razones el 65.5% de las personas prefieren esta opción.

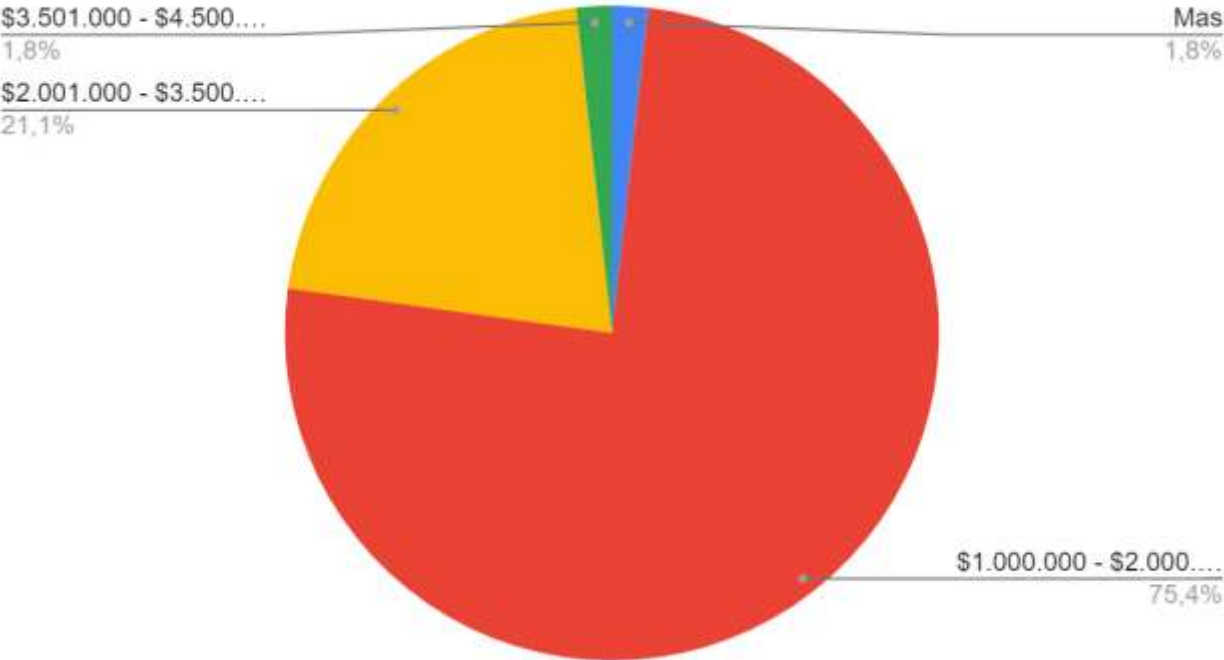
Recuento de 5. ¿Cuál es su nivel educativo?



El nivel de educación en Colombia es uno de los temas que mas se tratan por el un país tercermundista, en comparación con otras encuestas y nuestro publico

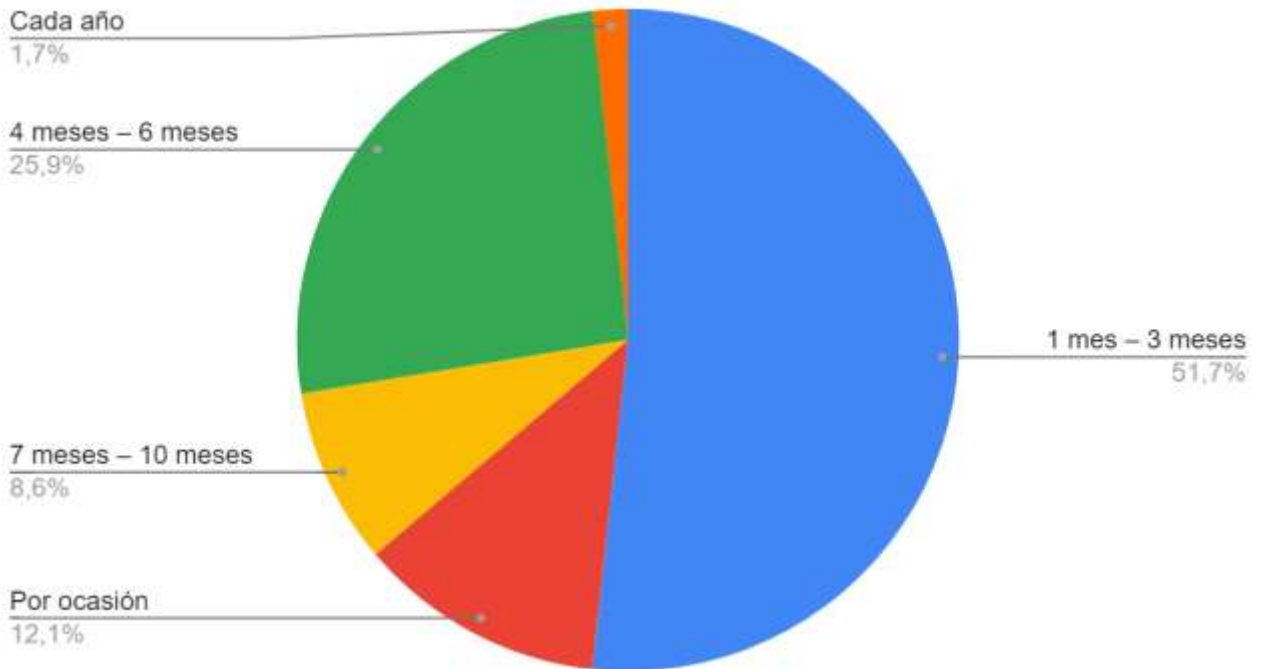
objetivo, vemos que un 36.2 % de las personas tiene un grado de educación alto y un 6,9 % un nivel de educación superior, continuando con la siguiente categoría vemos que un 37.9 % de las personas que son las predominantes tiene un nivel educativo muy bueno, haciendo del publico encuestado un público con características altas en el nivel educativo, diferente a la realidad actual del país.

Recuento de 6. ¿Cuál es su nivel de ingreso promedio?



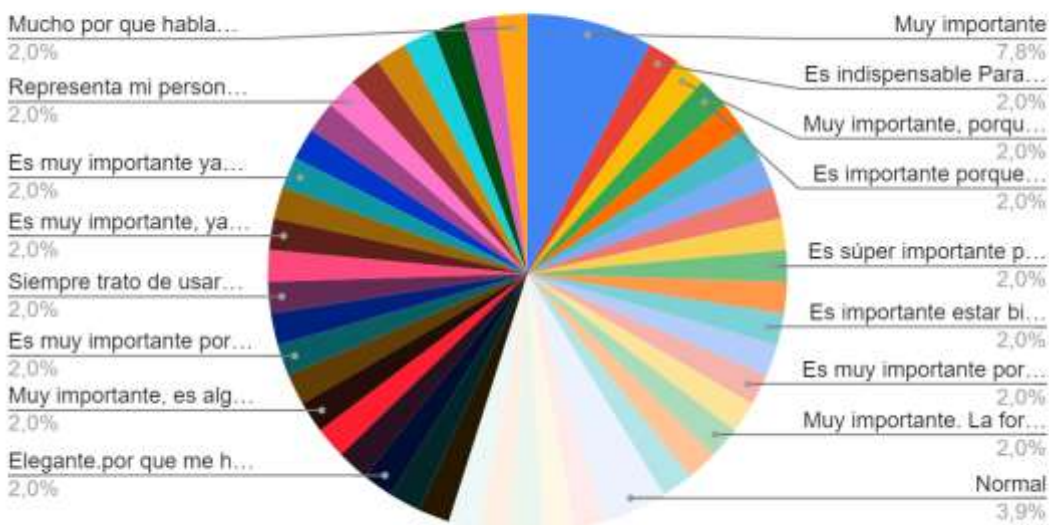
Un colombiano promedio devenga un salario entre uno y dos salarios mínimos, esta encuesta lo demuestra con totalidad, un 75,4 % de las personas ganan entre un millón y dos millones de pesos, para subsistir en una economía con altas tasas de inflación y pocas oportunidades de crecimiento, y solo el 3.6% gana mas de tres millones quinientos mil pesos, generando una brecha salarial considerable.

Recuento de 7. ¿Cada cuanto compra ropa?



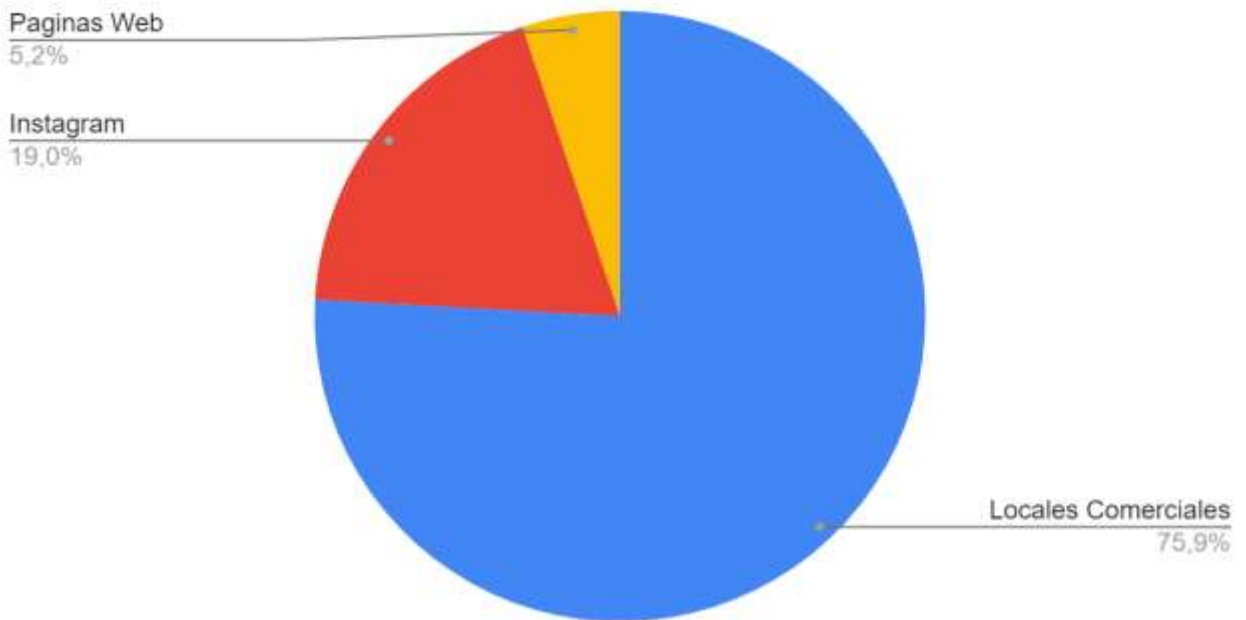
Las mujeres tienen un hábito muy marcado en ser el público predilecto para la compra de ropa, debido a su fascinación por la moda tienden a ser quienes generen recompra y se mantengan actualizadas en las tendencias, vemos como un 51,7% tiene un nivel de compra de uno a tres meses, creando un cliente potencial que generara recompra continuamente.

Recuento de 8. ¿Qué tan importante es la forma de vestir para usted y por qué?



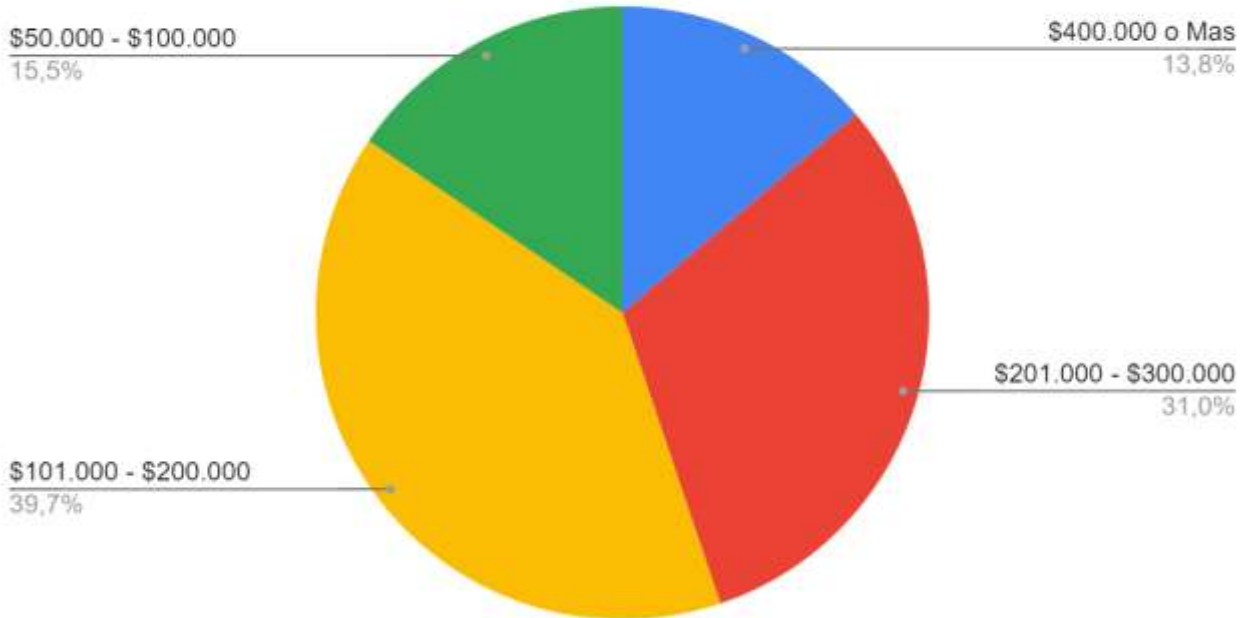
Mostrar quienes somos es muy importante, debido a que transmitimos quien somos o como queremos ser percibidos, para la mayoría de personas es muy importante vestir bien, representar cuál es su esencia, sentirse bien y vestir bien es sinónimo de seguridad y confianza que día a día al 96.1 % de los encuestados le interesa de forma sustancial.

Recuento de 9. De los siguientes lugares, ¿Dónde prefiere comprar ropa?



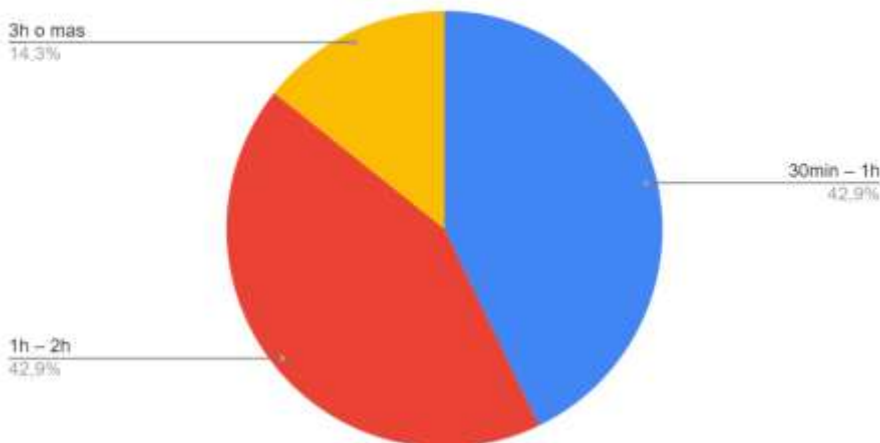
El auge tecnológico y las plataformas digitales están revolucionando al mundo, pero las tradiciones son siempre prevalentes, sea por casos como si me llega y no me queda, si se me ve mal, si no es mi talla, todos estos factores llevan a la mujer convencian a preferir aun los locales comerciales que tenga ambientes y temáticas llamativas, llenos de tendencias y tengan experiencias sensoriales, donde puedan ver como se les ve el producto, y como se lo sienten, por otro lado el mundo digital sigue avanzando y veremos según lo proyectado por diferentes firmas de encuestas que lo digital avanzara continuamente, es un mercado en el cual se debe posicionar.

Recuento de 10. En promedio ¿Cuánto gasta habitualmente cuando compra ropa?



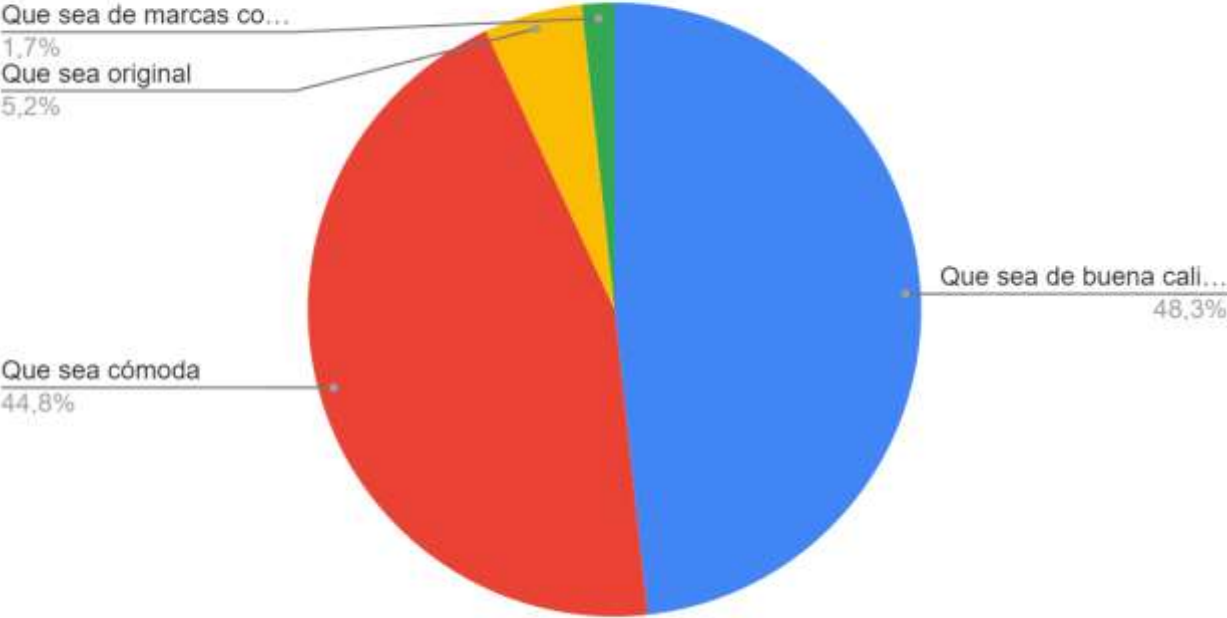
Las personas debido a sus nivel económico, siempre destina un presupuesto para usos específicos y la ropa esta entre estas categorías, vestir es una necesidad del ser humano, tendemos a vestirnos dependiendo nuestros gustos e ingresos, debido a que quien mas ingresos tiene mas ropa puede comprar o de mejor calidad, y es demostrado por la encuesta, debido a que solo el 13.8 % de las personas gastan entre 400 mil pesos o mas en su vestimenta y un 39,7 % con un gasto entre 101 mil pesos y 200 mil marcan el pico mas alto en la curva donde predomina el gasto habitual de los encuestados.

Recuento de 11. ¿Cuánto tiempo en promedio tarda eligiendo ropa?



A la hora de vestir y lograr elegir el outfit perfecto, para la ocasión perfecta es uno de los principales preocupaciones para las mujeres, llegar con el look adecuado a los diferentes eventos es un hito que cada una de ellas quiere lograr, por eso tardan hasta tres horas o mas para lograr verse bien, en esta encuesta vemos que un 42.9% en dos categorías de 30 minutos a una hora y de una hora a dos horas son dos categorías que se encuentran con la misma proporción de encuestadas y se podría diferir que dependiendo el tipo de evento podrían variar los tiempos, sin dejar al lado que son tiempos considerables para elegir las prendas

Recuento de 12. ¿Qué características prefiere usted en una prenda de vestir?



La calidad y la comodidad son predominantes en toda la encuesta, todas las personas buscamos buena calidad a precios razonables y comodidad como parte fundamental de nuestra vestimenta, la calidad como factor de calificación llega a tener un 48.3% de las características principales a la hora de vestir y no muy lejos la comodidad, pasando por segundo plano las marcas y lo conocidas que logren ser.

CAPITULO 6. RESULTADOS.

Se evidencia que las mujeres no enfrentan los mismos niveles de desigualdad de género, sin embargo, aún quedan brechas por reducir, ya que la desigualdad nos afecta de forma de forma intensa sin importar países, culturas o condiciones sociales.

Vemos como los hombres y las mujeres tienen diferencias en lo laboral, ya que a mujeres constantemente se les ha discriminado y no las dejan tener cargos muy altos y si tiene un cargo alto no le pagan igual que al hombre, esto lo podemos en la siguiente imagen.

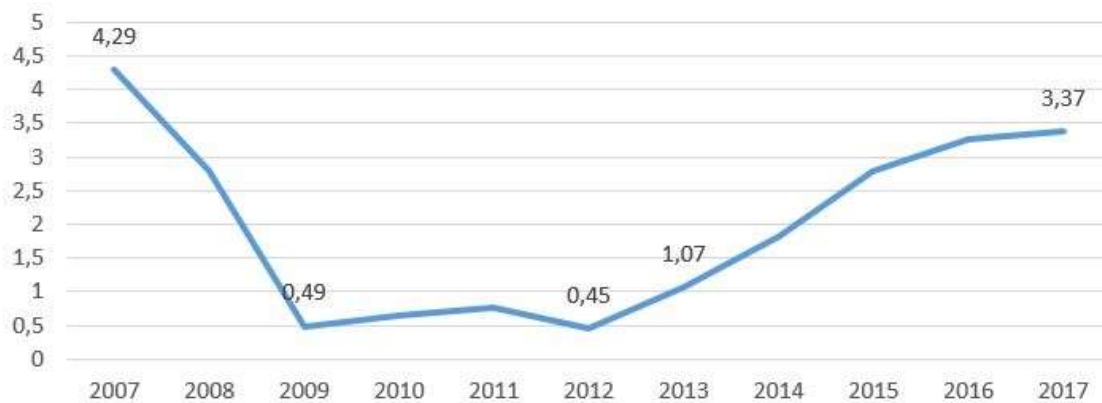


Tabla 1

<https://www.foessa.es/blog/desigualdad-transversal-entre-hombres-y-mujeres/>

En 2007 había una diferencia superior a los 4 puntos entre los hombres y las mujeres incorporados al mundo laboral, durante los años de crisis esa diferencia bajó hasta casi igualarse. Pero esta reducción no era el resultado de una incorporación de la mujer al mercado laboral sino más bien se debía al incremento del paro masculino. Conforme ha ido llegando la recuperación y han bajado las tasas de desempleo generales, el diferencial entre hombres y mujeres ha vuelto a subir hasta situarse en el 3,37% de la actualidad.

Estos valores, que mediante un fuerte anclaje cultural están asociados al hombre y a la mujer, se siguen reproduciendo en la sociedad de hoy en día. El siguiente gráfico muestra cómo la participación social de los hombres es mayor en todos los tipos de organizaciones salvo las religiosas y las educativas, roles muy vinculados con lo femenino.

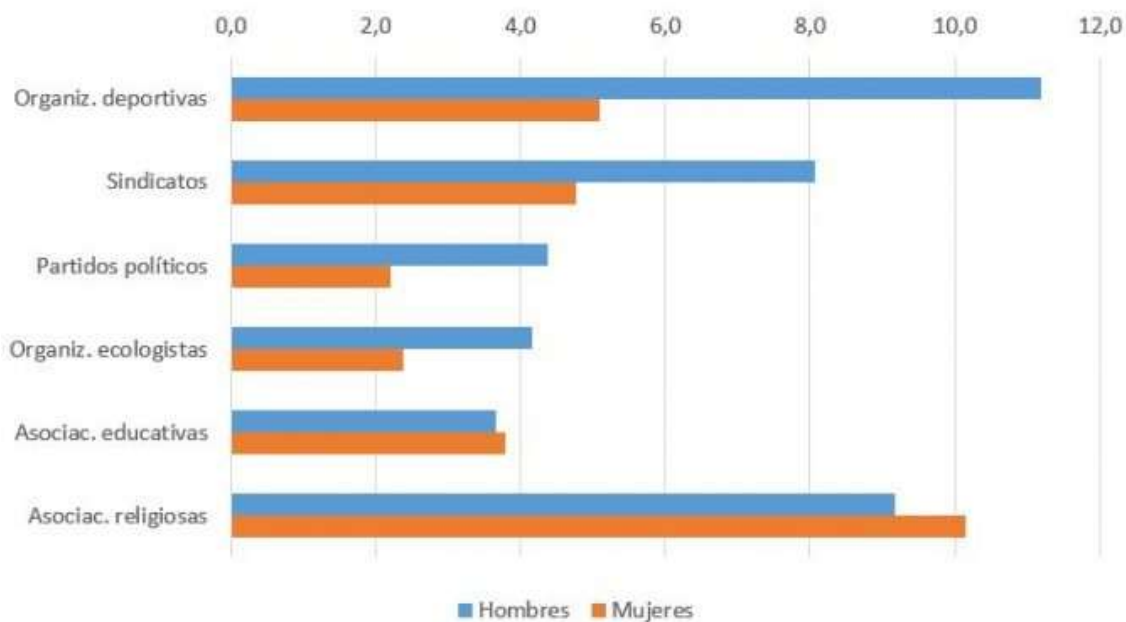


Tabla 2

<https://www.foessa.es/blog/desigualdad-transversal-entre-hombres-y-mujeres/>

Los atributos que concedemos a cada género, que podrían parecer y funcionar como complementarios, en realidad están jerarquizados. Es mucho mejor para desenvolverte en nuestra sociedad poseer los valores vinculados al hombre que los vinculados a la mujer. Así, el 57% de las personas que dicen haberse sentido discriminadas ha sido por ser mujer, revelándose como el principal motivo de discriminación.

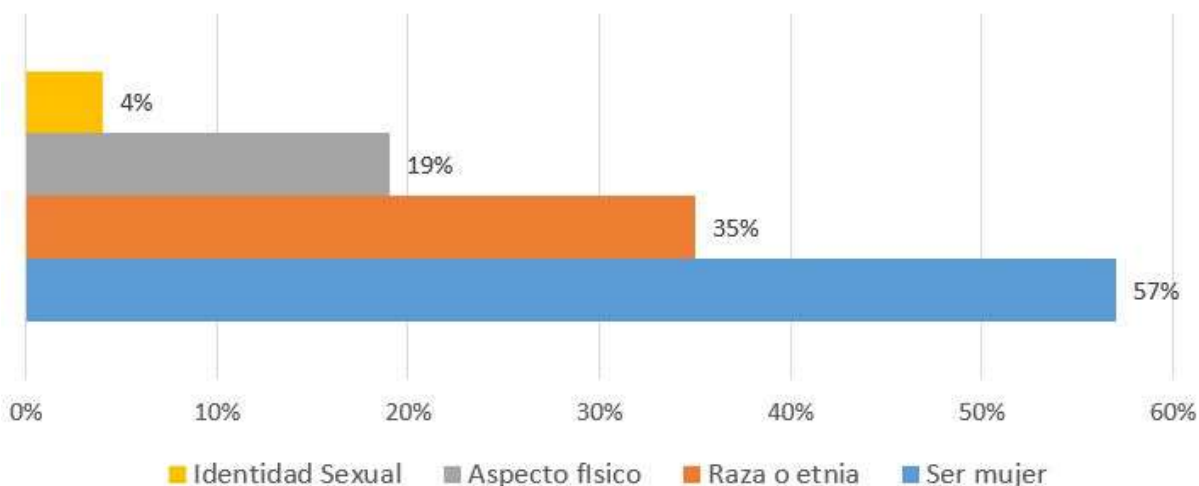


Tabla 3

<https://www.foessa.es/blog/desigualdad-transversal-entre-hombres-y-mujeres/>

En este caso y para lo anterior mencionado ya nos basaremos en los resultados que vemos en la gráfica, que es el aspecto físico femenino, muchas mujeres no se sienten felices con sus cuerpos y buscan alternativas para mejorarlos, y algunas de estas alternativas no son las mejores debido a que muchas mujeres han muerto por buscar soluciones rápidas, es tanta la desesperación que no buscan profesionales en el tema, alimentarse mejor e ir al gimnasio por esto, encontramos que la solución ha este tipo de problemas el cual afecta a miles de mujeres cada día, es educar a las madres y padres primerizos, que en los colegios incentiven a que todos los niños o niñas tengan amor propio y autoestima, no pasaría lo que evidenciamos hoy en día.

Evitar que las niñas desde muy temprana edad traten de ser perfectas, jugar solo lo que sean para ellas, en ves de animarlos a arriesgarse, ser valientes, poderosas y a no darse nunca por vencidas.

En definitiva, para lograr un mejor mundo, hace falta contar desde muy temprano con las nuevas generaciones para que sean motoras del cambio.

CAPITULO 7. RECOMENDACIONES.

A continuación, se darán recomendaciones, que serán de suma utilidad para investigadores que quieran tomar este tema u otro tema similar, para que encuentre una ruta más sencilla para alcanzar su objetivo.

7.1. se requiere para este tema conocer la historia, ya que conociendo como eran tratadas las mujeres y como empezaron a tener cierto poder, no solo con lo que eran capaces de lograr sino también lo que vestían, decían quiénes eran, te llevara apropiarte más del tema e interesarte mucho más por él.

7.2. este es un tema que quizás es fácil hablar de él, pero a la hora de investigar o buscar autores no se encuentran muchos, por lo tanto, se recomienda no solo leer estos pocos autores sino también realizar entrevistas o encuestas, en estas debemos realizar buenas y amplias preguntas para así llegar más rápido al objetivo propuesto.

7.3. buscar sobre el empoderamiento femenino y el lujo centrado solo en la ciudad de Medellín se nos cierra mucho las puertas al buscar archivos o investigaciones, investiga de una manera más abierta, para que puedas encontrar mucho más.

7.4. cuando estés buscando archivos, investigaciones o mujeres para las entrevistas analiza tanto a la persona quien escribe el archivo o investigación, investigando su historia y a las que tienes en frente viendo en como visten, te darás cuenta que cada una tiene algo en particular, que les gusta verse bien y lujosas.

CAPITULO 8. CONCLUSIONES.

8.1. desarrolla tu propio estilo de liderazgo, esto no significa repetir los mismos patrones de liderazgo, sino encontrar en cada una la propia forma de inspirar y motivar el resto.

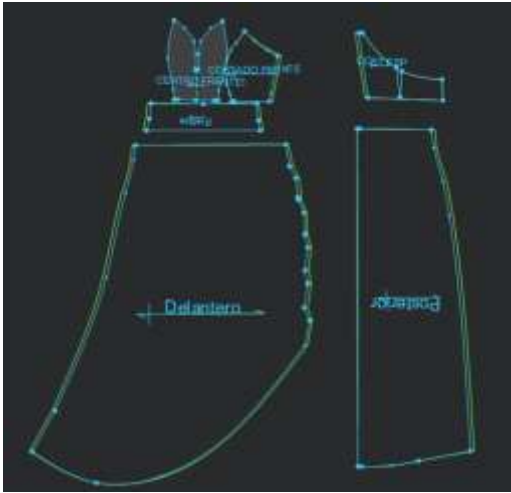
8.2. saber comunicar, dentro las habilidades del liderazgo destacan mucho la comunicación, la negociación y la persuasión, la mujer empoderada es capaz de transmitir su mensaje y hacerse entender.

8.3. ser influyentes, no solo cuenta con las aptitudes profesionales para diseñar su propio camino, sino también tener la aptitud suficiente para contagiar su empoderamiento.

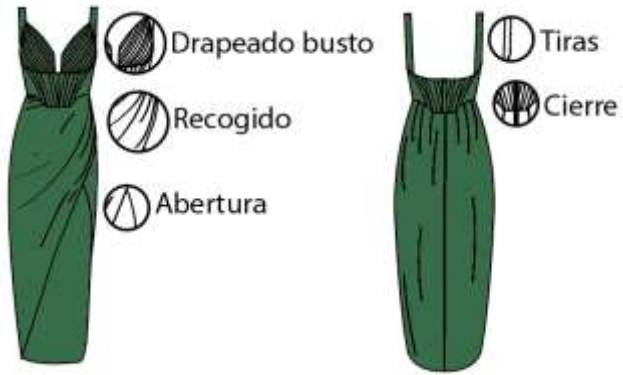
8.4. apostar por la innovación, asume la responsabilidad de generar un cambio y explorar caminos innovadores, tanto en su forma de hablar como en sus proyectos.

8.5. promover el empoderamiento femenino, ser conscientes de todos los obstáculos a los cuales se enfrenta una mujer trabajadora, la mujer empoderada no busca compararse ni competir con otras, solo lucha por eliminar las barreras e invita a otras a seguirla.

ANEXOS



Boceto 1



Boceto 2



Para demostrar como las mujeres se sienten mas poderosas y seguras de ellas mismas, se realizo este vestido de color verde esmeralda, y nos dimos cuenta que toda mujer que lo luce se siente empoderada y con ganas de comerse el mundo entero.

BIBLIOGRAFIA

- Batalla, G. B. (2011). *Firmas de lujo*. España: Ministerio de industria, turismo y comercio.
- Binda, N. U. (2013). Investigación cuantitativa e investigación cualitativa: buscando las ventajas de las diferentes metodologías de investigación. *Ciencias Económicas 31-No.2*, 180.
- Cazau, P. (2006). INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN EN CIENCIAS SOCIALES. *MÓDULO 404 REDPSICOLOGÍA*, 2-194.
- Char, V., & Torres, S. (2020). La preferencia del consumidor entre las marcas de lujo nacionales e internacionales de "ready to wear". *Colegio de estudios superiores de administración* , 1 - 88.
- Cortes, M. E. (2004). Generalidades sobre metodología de la investigación . *Coleccion material didactico 10, Universidad Autonoma Del Carmen* , 8.
- Cueriel, C. P., & Sanz Marcos , P. (2019). Estrategia de marca, influencers y nuevos publicos en la comunicacion de moda y lujo, tendencias Gucci en instagram. *Prisma social* , 1-19.
- Diaz, A. M. (2007). *El lenguaje del vestido* . España: Universidad Jaume .
- Fukai, A. (2004). *Moda desde el siglo XVIII al siglo XX*. Tokio: Taschen .
- Gonzalez, V. I. (2018). La experiencia de cliente de las marcas de moda de lujo en las flafship y los corners . *Prisma social* , 417-432.
- Guzmán, J. P. (2019). Consumo ostentoso e identidad. *Universidad Pontificia Bolivariana* , 75-100.
- Hewitt, S. (2001). La enseñanza inductiva . *Unidad de mejoramiento de la docencia universitaria* , 1 - 8.
- Juárez, I. A. (2014). Los Entresijos de las Marcas de Lujo. *Universidad Carlos III de Madrid*, 1-11.
- Laver, J. (2006). *Breve historia del traje y la moda* . Madrid : Ensayos arte catedra .
- Lecanda, R. Q. (2003). Introducción a la metodología de investigación cualitativa. *Universidad del País Vasco*, 7.
- Lipovetsky, G., & Roux, E. (2003). *El lujo eterno*. Barcelona: Anagrama.
- Lopez, M. A., Rodrigo Martin, L., & Rodrigo Martin , I. (2016). Hacia una teoria sobre el consumidor del lujo y su importancia socioeconomica en los mercados. *Redalyc* , 609-635.
- MARTÍNEZ, M. (2006). LA INVESTIGACIÓN CUALITATIVA (SÍNTESIS CONCEPTUAL). *REVISTA DE INVESTIGACIÓN EN PSICOLOGÍA - VOL. 9, Nº 1*, 124 - 143.
- Mendez, M. B. (2015). La industria del lujo. Principales retos para las grandes firmas. *FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES*, 1 - 44.

- Nannini, V. (2016). Moda, Comunicación y Poder: ¿Qué vestimos, por qué. *Universidad Nacional de Rosario*, 1-52.
- Ormaechea, S. L., & Sierra Sanchez, J. (2016). El consumo de marcas de lujo: significado y hábitos de compra. *Redalyc*, 938 - 958.
- Pelekais, C. d. (2000). Métodos cuantitativos y cualitativos:. *Telos*, 347.
- Perez, M. A. (2020). La nueva ola del retail de lujo. *Colegio de estudios superiores de administración*, 1-46.
- Sanz, M., Perez, C., & Velasco, M. (2020). Hacia un cambio en el sector de moda y lujo. Del dominio del influencer a la marca: Gucci, Loewe y Margiela. *ResearchGate*, 263-280.
- Toro, A. O. (2017). La moda como empoderamiento femenino. *Universidad Pontificia Bolivariana*, 1-35.
- Werner, S. (1958). *Lujo y Capitalismo*. Buenos aires : Universidad catolica del caribe.
- <https://definicion.de/mujer/>
- <https://colombia.unwomen.org/es/noticias-y-eventos/articulos/2018/10/progreso-mujeres-2018>
- https://dhls.hegoa.ehu.eus/uploads/resources/4668/resource_files/proceso_empoderamiento_mujeres_CFD.pdf