

**NECESER PLEGABLE Y PORTÁTIL PARA USO EN TRANSPORTE
PÚBLICO**

Angie Vanessa Benítez Lombana

Nelly Marcela Martínez Velásquez

Mayo del 2020.

Corporación Unificada Nacional de educación Superior CUN

Diseño de Modas

Opción de grado II

Agradecimientos

En primera instancia queremos agradecer a la universidad por el apoyo que brindan en este proceso, que se ha tornado un poco más complejo debido a la situación que presentamos actualmente por la emergencia sanitaria de la (Covid-19) agradecemos también a la profesora Lidia Esperanza Alvira por la gran ayuda, dedicación y paciencia que ha tenido con sus estudiantes.

Tabla de Contenidos

Título 1 Neceser Plegable y Portátil Para uso En Transporte Público	
Título 2 Resumen	1
Título 3 Palabras Claves	4
Título 4 Introducción	5
Título 5 Marco Teórico	8
Título 6 Reflexión	14
Título 7 Conclusiones	18
Título 8 Lista de Referencias	20
Título 9 Anexos	22

Resumen

En la investigación para la creación de una cosmetiguera plegable portátil de uso en el transporte público. Se realiza trabajo de campo observando en los diferentes medios de transporte público como buses, colectivos, Transmilenio entre otros, donde de una manera cuidadosa se analizan mujeres entre los 20 y 35 años de edad que se maquillaban en estos medios de transporte, se detecta que lo realizan con más frecuencia en las mañanas entre las 05:00 am y 07:00 am lo hacen debido a la falta de tiempo ya que algunas mujeres trabajan y estudian o por las múltiples tareas diarias no les permite salir de sus hogares totalmente arregladas, esta práctica genera dificultad porque al ir en movimiento el vehículo puede causar accidentes exponiendo a estas mujeres a hurgar sus ojos con algún producto o generar derrames del mismo, debido a que las cosmetigueras que utilizan para guardar sus productos no son los funcionales ni están elaboradas en materiales que puedan minimizar los inconvenientes diarios. Es por esto, que se decide crear una cosmetiguera desplegable para guardar el maquillaje y que le permita a cada mujer tener en varios compartimentos sus productos guardados de una forma segura evitando derrames o pérdidas de algún cosmético, la cosmetiguera es elaborada en materiales como el antiluido liviano y algodón para generar una mejor sensación al tacto.

Palabras Claves: Cosmetiguera, Transporte, Tiempo

Introducción

En cuanto a la definición según la Real Academia Española el neceser es la caja o estuche con objetos de tocador o costura (RAE 2014). Su etimología indica que es un estuche o caja que contiene los objetos necesarios para el aseo personal, el castellano adaptó la palabra ‘*necessarius*’ que solo existe en la lengua de origen con el complemento ‘*nécessaire de beauté*’ necesario para la belleza, ‘*nécessaire de toilette*’ que es necesario para el aseo o ‘*nécessaire de voyage*’ que es necesario para el viaje, siendo así un complemento que daba más categoría o clase. (Philippe 2001) En la actualidad el estuche es conocido con el nombre de cosmetiquera o neceser, es usado por mujeres y hombres para llevar sus cosméticos fuera de casa, siendo este indispensable en trayectos largos y cortos.

Por otra parte, hablando de transporte en el mundo se afirma que Moscú es la ciudad más congestionada del mundo en donde las personas pasan anualmente 210 horas en el atascamiento, en segundo lugar, está Turquía en donde el tiempo anual en el transporte es de 157 horas y en tercer lugar el país latinoamericano Colombia es la ciudad en la que las personas pasan más tiempo en el tráfico hablando de 272 horas al año (Bravo Paula 2019). Es claro que el tiempo que los habitantes de estas ciudades no recuperan, por esta razón buscan aprovechar este tiempo con diversas actividades, contando también con que la población de ciudades como Bogotá tiene rutinas muy apretadas y es importante aprovechar cada momento libre.

Conforme a un estudio del Reino Unido en el 2013 una de cada tres británicas emplea este tiempo para maquillarse de modo que los formatos portátiles o de aplicación fácil son cada vez más demandados. Lottie Winter asistente de belleza de Vogue UK prefiere emplear el tiempo en dormir un poco más o en prepararse para lo que le espera del día dejando al lado lo que las demás personas piensan sobre eso.(Niven Lisa 2017)

Según una encuesta que hizo la marca de cosméticos LAM las mujeres ven el maquillaje en representación de una buena imagen personal y belleza, esto quiere decir que la apariencia física es importante, lucir arreglada es un aspecto que la mujer latina establece por naturaleza y el maquillaje es el complemento para que ella se sienta a gusto consigo misma.(Ruiz Restrepo Verinica y Lalinde Yepes Emilio 2018)

Para el desarrollo del trabajo se observó a las mujeres en el transporte público que practicaban la actividad de maquillarse, identificando aquí sus complicaciones y problemas para solución, también se habló con algunas de ellas que dan testimonio de porque esta acción las beneficia y ayuda en su rutina diaria, por ello se decide crear un producto que les facilite esta actividad cotidiana.

Marco teórico

Historia

En los antecedentes del proyecto se encuentra algunos referentes en marcas de cartucheras para maquillaje como lo son Prada, Moschino, Dolce and Gabbana, Valentino, entre otras. Todas ellas tienen en común el tamaño que no excede los 20 cm de ancho y 10 cm de largo y ninguna es plegable, algunas son unicolor otras tienen un poco más de combinación, pero no hay un juego como tal de color con textura. Cabe destacar que todas tienen su toque de elegancia y delicadeza.

Inicialmente el producto se inclina hacia un equipaje de viaje remontándose a los años 30, en donde el símbolo del viaje eran las maletas y los baúles, cuando las personas empezaron a transportarse en ferrocarril y barco tuvieron que transformar su equipaje a materiales más pesados como el cuero y madera, llevando sus objetos más delicados y los que más usaban como lo eran los perfumes al ser su envase en vidrio, deseaban protegerlo para no causar afectación es el mismo. Entre los años 40 y 50 se crea el neceser más pequeño y en materiales más fáciles de cargar y las mujeres lo empiezan a guardar en sus propios bolsos para tener una mejor organización de su maquillaje o accesorios importantes. (Wachtendorff 2011) Fue entonces que se dio el origen de las primeras firmas conocidas mundialmente como lo son Hermes y Louis Vuitton, estas se han mantenido a través del tiempo. (Fernando s/f)

Se creó inicialmente hacia el siglo XIX se conocían como neceser; eran hechos en madera su tamaño era bastante amplio y lo hacía muy pesado dificultando su uso, era más utilizado por los médicos para hacer sus consultas domiciliarias llevando medicamentos e instrumentos médicos.(Wachtendorff 2011)

Es importante resaltar la historia del maquillaje ya que se remonta a los antiguos imperios egipcios, utilizaban colores fuertes y brillantes, para resaltar los ojos, además los teñían con ocre, rojo y óxido de hierro natural, para crear los colores usaban diferentes elementos naturales como el antimonio rojo para los labios, esto lo hacían para demostrar su poder jerárquico imponiendo respeto ante una sociedad, el maquillaje les servía para protegerse del sol.(National Geographic s/f)

Psicología del maquillaje

La investigación va más allá de solo observar a las mujeres maquillándose, se requiere saber cómo realmente se sienten, que se les dificulta al llevar a cabo esta práctica y como se les puede hacer más fácil y provechoso el uso de este tiempo en el transporte público.

En la revista 20 minutos habló con una usuaria del transporte público en la ciudad de México, Guadalupe una mujer contadora que viaja por aproximadamente una hora, cuenta paso a paso el ritual que lleva todos los días y asegura que maquillarse en medio de su viaje es la mejor manera de aprovechar su tiempo pues de otra manera tendría que despertar 2 horas antes. (Minutos 2018)

Con objeto del desarrollo de la investigación se tomó el testimonio de Diana Gómez, una joven de 21 años, trabaja en un centro de comunicaciones y el trayecto de su casa hasta el destino de más de una hora, Diana afirma que despierta a las 4:20 am, se ducha y viste, alista su almuerzo y sale de la casa con bastante tiempo pues sabe que el tráfico de Bogotá es bastante pesado, dejando el maquillaje para el tiempo que tenga libre en el Transmilenio que es el medio que usa para transportarse, ella se asegura de calcular una hora en la que se pueda ir sentada para descansar y además arreglarse, luego de lograr un asiento procura maquillarse pero no dejar caer ningún cosmético, ya es ágil en esta práctica así que se perfila como de costumbre. Diana no saca la cosmetiguera de su maleta para que no extraviar ningún objeto, y aunque las personas la miren y se sienta un poco apenada prefiere hacerlo de esta manera pues además de trabajar estudia, ella se esfuerza para mantener su imagen y no lucir tan cansada. Las mujeres entrevistadas son algunas de tantas que emplean este tiempo para mejorar su imagen.

Según la Cámara Nacional de la industria de Productos Cosméticos de México el cuidado de la imagen y la salud es uno de los ámbitos que no distingue la condición social o económica de las personas y es una de las prácticas con más consumo (Minutos 2018), por su parte Colombia es el tercer país exportador de cosméticos y en los momentos de crisis económica del país este sector ha sido uno de los pocos que se destaca por su crecimiento sostenido y gradual. (Legiscomex s/f)

Se evidencia que para las mujeres en el mundo la buena apariencia es un hábito muy importante, el maquillaje les confiere una forma de ser en sí mismas, les da propiedades y

seguridad en su estilo de vida, ellas expresan una imagen más positiva del cuerpo y su autoimagen, pues esta causa una función transformativa.(Domingo y Arévalo Silva Erika ; 2011)

Se cree firmemente que todo el mundo puede maquillarse, pero hacerlo realmente bien no es tan fácil como parece requiere tiempo, paciencia, afecto, se debe realizar la elección de los productos adecuados ya que con el tiempo se convierte en una rutina para las mujeres, pues ayuda a mejorar el aspecto físico y a cubrir pequeñas “imperfecciones” del rostro.(Ovelar Maria 2012)

Según un estudio realizado en España el 57% de las mujeres prefieren dejar a su novio que salir a la calle sin retocar su maquillaje también agregan que el 60% de las españolas se maquillan al menos una vez al día, la motivación detrás de la práctica varía ya que las jóvenes se aplican base para disimular defectos y las más maduras para quitarse años y un dato singular es que el 17% de las mujeres se arreglan para estar en la casa. En cuanto a los hombres el 47% las prefieren naturales y un 11% les gustan por los maquillajes modernos. (Ovelar Maria 2012)

El maquillaje se considera una herramienta de comunicación social que ha sido utilizada desde la prehistoria hasta la actualidad, en ocasiones con connotaciones religiosas, en otras de carácter bélico, como símbolo de identidad o para exaltar la belleza. Se evidencia que al llevar los labios maquillados de color rojo se sentían más seguras pues atraen más fácil la mirada del hombre, en comparación con mujeres que los pintan de otros tonos. Los ojos maquillados proyectan una mirada despierta que es asociada con juventud.

La otra parte de la investigación es el cómo se sienten las mujeres el día que no se maquillan, la mayoría de ellas se pueden sentir muy bien anímicamente, pero la imagen que están proyectando es diferente ya que tienden a verse pálidas, con ojeras y los ojos un poco apagados. (León Amaia 2016)

El transporte público

En cuanto al tiempo que las personas emplean en Bogotá trasladándose en transporte público se puede evidenciar que en promedio por ejemplo hacia y desde el trabajo, en un día laborable se dura 97 minutos y el 32 % de los usuarios tardan más de 2 horas transportándose, en otras ciudades grandes del mundo como Buenos Aires se usan en promedio 79 minutos, en Santiago de Chile 84 minutos, Montevideo Uruguay 65 minutos. Además del tiempo de espera en las paradas o estaciones que son 20 minutos aproximadamente en Bogotá siendo la ciudad donde las personas dedican más tiempo en sus trayectos de viaje. (Dinero 2016)

“Los bogotanos gastan 20 días del año metidos en un bus. La razón es que a diario pasan entre dos y dos horas y media en el transporte durante sus recorridos de ida y vuelta de sus casas a sus trabajos, y viceversa. De acuerdo con la Alcaldía, el colapso vial de Bogotá se debe en gran medida al atraso de 20 años en la construcción de nuevas vías que ayuden a descentralizar el tráfico vehicular, que hoy se concentra en unos pocos corredores porque las administraciones aplazaron obras claves, en especial en el occidente. (Gomez Torres Yolanda 2016)

Gran parte de las personas que usan el transporte público son jóvenes y adultos que se mueven de sus casas al trabajo o estudio, rutina que se realiza en al menos cinco días de la semana. En una investigación del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), denominada como ‘Voces emergentes, percepciones sobre la calidad de vida urbana en América Latina y el Caribe’, se evidencia que, en grandes ciudades como Bogotá, Ciudad de México y Buenos Aires, los ciudadanos pueden tardar 90.8 minutos diarios. Pero estos datos siguen siendo inciertos pues la mayoría de los usuarios duplican su tiempo en las ‘horas pico’ gastando de 2 a 3 horas en un trayecto. (Colombia.com 2019)

A esta situación se le suma los incidentes viales, en el 2018 se presentaron más de 35.000 fallas eléctricas en semáforos, mal parqueados, bloqueos en intersecciones, maniobras indebidas y las más de 700 protestas hacen que el tiempo que se emplea para trasladarse sea aún más largo. el Centro de Gestión de Tránsito (CGT) de la Secretaría de Movilidad estima que el bloqueo en hora pico (entre las 7 a. m. y 9 a. m.) sobre la avenida Caracas con calle 1.^a afecta a 87.000 personas.(Portafolio 2019)

En Colombia los sistemas de transporte público como lo son Transmilenio, Metroplús, MIO, Transmetro, Megabús, Transcaribe y Metrolínea mueven cerca de 12.000 buses que, en conjunto, movilizan 56% de los pasajeros que utilizan transporte público en las siete ciudades más grandes de Colombia. Sin embargo, según el diario El País de Uruguay, Colombia cuenta con el pasaje más caro superado por Brasil, Uruguay y Puerto rico, el problema es que el servicio no siempre es bueno, hay colapso de personas y buses. (Colombia.com 2019)

Según un análisis por parte de estudiantes de la universidad de Medellín se podría concluir que

La problemática de la movilidad en la ciudad de Bogotá obliga a estudiar los modos de desplazamiento y los tiempos de duración de los mismos. El TPC representa el modo de transporte tradicional, cuya operación se lleva a cabo por entidades privadas que están suscritas a la Secretaría de Movilidad para la prestación del servicio. El objetivo principal de estas empresas es el desplazamiento de pasajeros a través de la malla vial de la ciudad, pues obtienen más ganancias por un mayor número de usuarios. Debido a su naturaleza como agentes privados y a su objetivo de maximización de beneficios por el recaudo, se refleja una operación desordenada o entrópica que ocasiona externalidades a la movilidad en general, y afecta variables como los tiempos de viaje de las personas. De igual manera, la inadecuada infraestructura para la ejecución de operación ha permitido que los diferentes automotores (bus, buseta o microbús) realicen las paradas en cualquier lugar sobre la vía, lo que ocasiona congestión vehicular y se sufre en la ciudad lo que los expertos han denominado ingobernabilidad en la vía. (Amezquita, Duran, y Fajardo 2015)

Reflexión

En la mayoría de las ciudades grandes de mundo la falta de tiempo es un factor muy importante para la vida cotidiana, se evidencia que las mujeres en especial deben organizar sus jornadas de tal manera que puedan cumplir con todas sus actividades y, sobre todo, ser lo más eficientes posible. En las capitales del mundo como New York, México D.F, Brasilia, el caos reina en las calles y la rutina no da descanso por ello cada vez son más las mujeres que aprovechan el camino al trabajo, lugares de estudio para maquillarse tranquilamente, frente a decenas de personas dejando de lado los prejuicios o de llegar a pensar si el maquillaje está quedando aplicado correctamente, y a medida que va transcurriendo su viaje se está reflejando una nueva imagen de esta mujer.

En Bogotá capital de Colombia el 56% de los habitantes llegan a durar hasta 20 días del año dentro de un vehículo de transporte público, esto se debe al retraso que tiene la ciudad de casi 20 años en estructura vial, (Gomez Torres Yolanda 2016) motivo por el cual las personas buscan aprovechar el tiempo en el que se transportan, algunas personas leen, estudian, duermen y otra parte mejoran su imagen maquillándose o perfilándose un poco antes de llegar al lugar de destino.

El maquillaje en mujeres y hombres está relacionado con la autoestima y la percepción que tienen de sí mismos, no quiere decir que esta práctica sea errada, se trata de la valoración propia que tiene una persona, la seguridad y la confianza guiada también de influencias externas Usando

el maquillaje los individuos se sienten mejor consigo mismos. Como lo indica la maquilladora profesional Angelica cerpa, esta práctica es muy válida pues quienes tienen complejos o imperfecciones mejoran su estado de ánimo, así como su autoestima. La imagen y cuidado personal es uno de las prácticas primordiales de las personas.(Martinez Ivis 2018)

Por otra parte según un estudio de la universidad de Chiba en Japón afirman que si las mujeres procuran maquillarse siempre a la misma hora y lo vuelve rutina contribuye a mejorar su salud mental y a prevenir demencia ,cuando realizaron la investigación les pedían a las mujeres de edades avanzadas aplicarse productos cosméticos en el rostro y demostró que hacerlo implica más carga muscular en hombros y brazos especialmente cuando se desenroscan las tapas de los frascos y se masajea el rostro. concluyendo que al aplicarse el maquillaje puede contribuir a mejorar la fuerza muscular.(El comercio 2014)

Otro de los beneficios de maquillarse es la elevación de la autoestima ya que resalta mejor ciertos rasgos haciendo que la mujer se sienta más segura. También se ve relacionado el maquillaje con la moda porque permite explorar todas las posibilidades de estilo eligiendo el que mejor se adapte a cada una y así mismo poderlo combinar con el look diario.(F. sophie y P. Natalia 2018)

Por otro lado encontramos recomendaciones para aplicar el maquillaje con las yemas de los dedos ya que al realizarlo se está estimulando la piel generando beneficios a la salud y previniendo posibles enfermedades de modo que al aplicarlo de esta forma el maquillaje se distribuye mejor por la zona deseada, se difumina correctamente sin tener que aplicar mucha

cantidad, ya que si se aplicara con espumas o brochas estas almacenan bacterias la cuales pasan al rostro cada vez que son utilizadas lo que no ocurrirá si se realiza con las yemas de los dedos si se realiza un adecuado lavado de manos(Cromos 2017)

Conclusiones

Las usuarias potenciales del neceser de viaje son mujeres del común centralizando en la ciudad de Bogotá, usuarias de transporte público entre los 23 y 32 años de edad y a quienes les beneficia usar el tiempo de los trayectos diarios en actividades como maquillarse o arreglarse para mejorar su imagen personal

En cuanto a materiales la mayoría las mujeres encuestadas desean materiales cómodos al momento de guardar la cosmetiguera en el bolso, encontramos antifluido livianos acompañados de algodón para generar una mejor sensación al tacto, además de telas plastificadas con el fin de prevenir derrames y permitir visibilidad de productos. Se evidencia que los productos más usados son el rimel o pestañina, encrespador, labiales y base, catalogándolos, así como esenciales a la hora de maquillarse y mejorar su imagen personal.

El maquillaje está directamente relacionado con la autoestima de una persona, esta mejora la imagen de las mujeres sobre sí mismas y es uno de los aspectos más importantes en la vida de las usuarias.

La práctica de maquillarse en el transporte público es una forma de alivianar la rutina diaria, las mujeres afirman que usar el tiempo de sus trayectos les permite sentirse mejor con sí mismas el resto del día.

Al concluir con la investigación se pudo deducir que el tamaño más común de los neceseres que las mujeres usan fuera de casa oscila entre 15 a 25 cm permitiéndoles así cargarlo dentro de

su bolso o morral, la cosmetiquera para usar en el trayecto de viaje tiene un tamaño de 25 cm por 45 cm con 3 o 4 compartimentos que permiten ver los productos desde afuera, cada división con una cremallera y también está acompañado de un espejo, es un producto plegable que al cerrarlo en su totalidad no ocupa mucho espacio, por último posee un sistema de correas para asegurar la cosmetiquera a la usuaria alrededor del cuello permitiéndole mayor movilidad y comodidad, convirtiendo el proceso de maquillarse en el transporte público en una experiencia más íntima y especial.

Lista de referencias

- Amezquita, Laura, Duvan Duran, y Danny Fajardo. 2015. *ORIGIN-DESTINATION MATRIX AND EFFICIENCY IN URBAN MEANS OF TRANSPORTATION: BOGOTA'S MOBILITY ANALYSIS*. medellin.
- Bravo Paula. 2019. “Estas son las ciudades con peor tráfico; hay 4 latinoamericanas en el top 10 | CNN”. Recuperado el 13 de mayo de 2020
(<https://cnnespanol.cnn.com/2019/02/14/estas-son-las-ciudades-con-peor-congestion-vehicular-y-movilidad-hay-4-latinoamericanas-en-el-top-10/>).
- Colombia.com. 2019. “Colombia: ¿qué tan eficiente es el transporte público en el país?”
Recuperado el 15 de abril de 2020
(<https://www.colombia.com/actualidad/nacionales/colombia-que-tan-eficiente-es-el-transporte-publico-en-el-pais-217436>).
- El comercio. 2014. “La rutina de maquillaje mejora la salud de las mujeres mayores, según estudio | El Comercio”. Recuperado el 13 de mayo de 2020
(<https://www.elcomercio.com/tendencias/maquillaje-mejora-salud-mujeresmayores-ancianas.html>).
- Cromos. 2017. “Consejos para evitar que el maquillaje ocasione problemas de salud - ELESPECTADOR.COM”. Recuperado el 13 de mayo de 2020

(<https://www.elespectador.com/cromos/estilo-de-vida/salud-y-belleza/articulo-149528-sabias-el-maquillaje-ocasiona-problemas-de-salud>).

Dinero. 2016. “Sistema de transporte público de Bogotá según estudio de Moovit”. Recuperado el 13 de mayo de 2020

(<https://www.dinero.com/pais/articulo/sistema-de-transporte-publico-de-bogota-segun-estudio-de-moovit/239908>).

Domingo, Martínez Díaz, y Arévalo Silva Erika ; 2011. “Redes semánticas naturales: técnica para representar los significados que las jóvenes universitarias tienen del maquillaje”.

F. sophie, y P. Natalia. 2018. “Los mejores trucos para combinar el maquillaje con tu ropa”.

Recuperado el 13 de mayo de 2020

(<https://www.marie-claire.es/belleza/maquillaje/articulo/trucos-para-combinar-el-maquillaje-con-tu-ropa>).

Fernando, Rimblas. s/f. *Viajes: Baúles y maletas: una historia del viaje*.

Gomez Torres Yolanda. 2016. “Bogotanos pasan veinte días al año en bus - Bogotá -

ELTIEMPO.COM”. Recuperado el 13 de mayo de 2020

(<https://www.eltiempo.com/bogota/bogotanos-pasan-veinte-dias-al-ano-en-bus-34028>).

Legiscomex. s/f. “Colombia: La industria cosmética un sector que crece y promete”. Recuperado el 13 de mayo de 2020

(<https://www.legiscomex.com/Documentos/colombia-industria-cosmetica-sector-crece-promete>).

Leon Amaia. 2016. “Así te Maquillas y así te ven los demás ”. Recuperado el 13 de mayo de 2020

(<https://www.glamour.es/belleza/maquillaje/articulos/como-te-perciben-segun-tu-maquillaje-ciencia-psicologia/25514>).

Martinez Ivis. 2018. “El maquillaje y la autoestima femenina | El maquillaje y la autoestima femenina | EL UNIVERSAL - Cartagena | EL UNIVERSAL - Cartagena”. Recuperado el 13 de mayo de 2020

(<https://www.eluniversal.com.co/salud/el-maquillaje-y-la-autoestima-femenina-280956-HB-eu397011>).

Minutos, 20. 2018. “Belleza a bordo, transporte público una sala de embellecimiento”.

National Geographic. s/f. “Breve historia del maquillaje - National Geographic en Español”.

Recuperado el 13 de mayo de 2020

(<https://www.ngenespanol.com/el-mundo/como-surgio-el-maquillaje-historia-del-maquillaje/>).

Niven Lisa. 2017. “Maquillarte en el transporte público, ¿sí o no? | Vogue España”. Recuperado el 13 de mayo de 2020

(<https://www.vogue.es/belleza/maquillaje/articulos/maquillaje-en-transporte-publico-metro-debate/31806>).

Ovelar Maria. 2012. “¿Hay que maquillarse para triunfar? | Actualidad, Moda | S Moda EL PAÍS”. Recuperado el 13 de mayo de 2020

(<https://smoda.elpais.com/moda/hay-que-maquillarse-para-triunfar/>).

Philippe, Vicente. 2001. “NECESER”. Recuperado el 13 de mayo de 2020

(<http://etimologias.dechile.net/?neceser>).

Portafolio. 2019. “La principal razón por la que hay trancones en Bogotá | Tendencias | Portafolio”. diciembre 17.

RAE. 2014. “neceser | Definición | Diccionario de la lengua española | RAE - ASALE”.

Recuperado el 13 de mayo de 2020 (<https://dle.rae.es/neceser>).

Ruis Restrepo Verinica, y Lalinde Yepes Emilio. 2018. *Caracterización del comportamiento del consumidor del segmento de mujeres millennials de estratos altos de Medellín en la compra de maquillaje para L*. envigado.

Wachtendorff, Karin. 2011. “Historia de la Moda y los Tejidos: DETALLES DE MODA: EL NECESER DE VIAJE”. Recuperado el 15 de abril de 2020

(<http://historiadelamodaylostejidos.blogspot.com/2011/12/detalles-de-moda-el-neceser-de-viaje.html>).

Anexos







