

Modaes

Look

El sueño de Women's Secret

Coincidiendo con el Día Internacional de la Mujer, la cadena pone en marcha un concurso con un premio de diez mil euros para que una mujer realice un curso que le ayude a cumplir su propósito profesional.

Modaes
8 mar 2021 - 05:00



Diez mil euros para cumplir el sueño de la igualdad. La cadena Women's Secret, propiedad de Tendam, ha puesto en marcha el concurso *Real Changers*, coincidiendo con el Día Internacional de la Mujer, para **concienciar a la sociedad sobre “la necesidad de una paridad real entre hombres y mujeres en el ámbito profesional y educativo”**. La ganadora se hará con una beca de diez mil euros con los que financiar un curso de formación que le ayude a cumplir su sueño profesional.

1 / 2

<https://www.modaes.com/look/el-sueno-de-womens-secret>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Modaes

El proyecto ideado por Women's Secret pretende concienciar de la necesidad de que hombres y mujeres tengan las mismas oportunidades profesionales y educativas. La iniciativa promovida por la cadena de moda íntima **nace unida al documental *Real Changers*, que se estrenará hoy en Prime Video** y que da voz a tres mujeres que destacan en sectores y actividades tradicionalmente masculinos, explica la empresa.

Women's Secret estrenará el 8 de marzo 'Real Changers', su primer documental de la historia, en la plataforma Prime Video

Real Changers, mujeres que cambian las reglas es el primer documental en la historia de la cadena. Cuenta la historia de tres mujeres anónimas que han tenido que luchar para demostrar su valía.

El jurado está formado por la *influencer* Lucía Pombo, madrina del documental *Real Changers*, la revista Elle y la directora de marketing de Women's Secret, Anna Aubert. Para participar, basta presentar una historia real e inspiracional que motive al jurado.