



Placer sexual en las mujeres, oportunidades para su atención

**Trabajo de Investigación presentada en satisfacción parcial de los requerimientos para
obtener el grado de Magister en Administración por:**

Aura Elizabeth Sandoval Vigo

Programa de MBA

Lima, 25 de noviembre de 2020

RESUMEN EJECUTIVO

El placer sexual de la mujer ha recibido muy poca atención en investigaciones relacionadas a los negocios. Las investigaciones disponibles sobre el tema se centran en la zona norte global y provienen mayoritariamente de campos como las ciencias sociales, la medicina, entre otras. Históricamente y hasta hace muy poco, la sexualidad de la mujer y sus distintas manifestaciones se definieron desde la perspectiva del hombre y la reproducción, con un enfoque en el peligro y el riesgo. Esto ha generado una serie de barreras a las que las mujeres se tienen que enfrentar para poder disfrutar de su sexualidad, especialmente de su placer sexual. Es necesario ayudar a cambiar la actitud cultural de la sociedad hacia la sexualidad de la mujer de una negativa hacia una positiva.

El objetivo general de esta tesis ha sido explorar la problemática relacionada a la sexualidad de las mujeres con el propósito de identificar las principales necesidades insatisfechas y barreras que podrían atenderse a través de un negocio digital especializado. Además, pretende indagar acerca de las verdades o actitudes asociadas a la búsqueda y compra de productos eróticos y sexuales por parte de mujeres en el Perú.

Como resultado se obtuvo que en el caso del Perú las mujeres indican no haber recibido o haber recibido muy básica educación sexual en edad temprana, esta carencia educativa llega al extremo de desconocer sus propios órganos sexuales y las formas de obtención de placer que estos pueden ofrecerles; las mujeres se privan de expresar su sexualidad y alcanzar el pleno desarrollo como personas, estos frenos y tabúes al desarrollo de su sexualidad las hacen vulnerables al sometimiento y maltrato por parte de sus compañeros, la familia y la sociedad. Por otro lado, se halló que la razón más importante por la que las mujeres deciden invertir tiempo y presupuesto a la búsqueda y compra de productos eróticos y sexuales son la necesidad de conocer más y explorar (curiosidad) y tener experiencias de placer sexual satisfactorias.

Las implicancias prácticas de estos hallazgos plantean varios frentes de oportunidad; en el campo educativo, a nivel de la educación que se ofrece en los colegios; a nivel de organizaciones que puedan de manera responsable ofrecer educación y medios que faciliten el disfrute pleno del placer sexual de la mujer. Las oportunidades de futuras investigaciones se orientan a identificar el tipo de elementos que hay que incluir en la educación sexual de la mujer, para el conocimiento cabal de su sexualidad, con foco en el placer de la mujer y el respeto hacia el ejercicio libre de la misma; estudiar el placer sexual como mediador del empoderamiento pleno de la mujer.