

PATROCINADORES



XIV encuentro Participación de la Mujer en la Ciencia

Editado por:
Centro de Investigaciones en Óptica. A.C.
Loma del Bosque 115
Col. Lomas del Campestre
León, Gto.

Dra. Ma. Eugenia Sánchez, CUCI-UdG
Dra. Gloria Verónica Vázquez
Dra. Amalia Martínez García
Dra. Cristina E. Solano Sosa

ISSN: 2448-5063



Matilde Montoya
Médica mexicana

IBARRA AGUADO BLANCA ARACELI S2-BYQ19
 IBARRA BAHENA JONATHAN S3-ING23
 IBARRA BARAJAS CARLA JANET S4-MCS11
 IBARRA BARAJAS MAXIMILIANO S4-MCS45
 IBARRA LÓPEZ MARCELO S1-CS04
 IBARRA MORALES ALEJANDRA S1-FMCT05
 IBARRA NUÑEZ GUILLERMO S3-BYQ04
 IBARRA REYNOSO LORENA DEL ROCÍO S4-MCS05
 IBARRA SÁNCHEZ JOSÉ DE JESÚS S2-BYQ07
 IGNACIO SÁNCHEZ PAULINO S2-HCC19
 IGNACIO-CRUZ JUAN LUIS S2-BCA24
 IRACHETA FERNANDEZ FRANCISCO JAVIER S2-HCC11
 ISLAS HERNANDEZ MAURICIO S1-ING12
 ISLAS LARA ERIK S5-ING07
 ISLAS PADILLA ADRIANA CAROLINA S1-ING22, S5-ING22,
 S2-MCS19
 ISLAS VILLANUEVA MARGARITA ISABEL S2-CS12, S1-
 HCC16, S4-CS15
 ISRAEL GONZALEZ CARVENTE S5-BCA18
 ITURBIDE ALEJO FRANCISCO S3-BYQ07
 IVONNE CALDERÓN ARREOLA S4-ING09
 JACINTO SÁNCHEZ HÉCTOR ANTONIO S3-BYQ28
 JACOBO AZUARA ARACELI S3-BYQ18, S1-BYQ07
 JAIMEZ-ORDAZ JUDITH S4-MCS37
 JARAMILLO GARCÍA MARIO ALFREDO S4-HCC16, S2-
 MCS39, S5-MCS34
 JARAMILLO LORANCA BLANCA ESTELA S1-ING17, S5-
 BCA13, S2-BCA40
 JARAMILLO ORTIZ ANA KAREN ITZEEL S2-MCS40
 JARAMILLO-LORANCA BLANCA ESTELA S3-ING33
 JASSO MARTÍNEZ IVY JACARANDA S2-HCC21, S4-CS10
 JAUREGUI R. S4-FMCT02
 JÁUREGUI RINCÓN JUAN S5-BYQ19
 JAUREGUI VAZQUEZ DANIEL S5-ING35, S3-ING35, S2-
 ING17
 JERÓNIMO LORENZO YADHIRA S1-CS16
 JIMÉNEZ BELLO DIANA S3-CS14
 JIMÉNEZ ESTRADA ISMAEL S1-BCA42, S3-BYQ29
 JIMENEZ LILIANA VALDEZ S1-DIV02
 JIMÉNEZ LÓPEZ ANA DEL CARMEN S3-BYQ17, S2-BYQ29,
 S1-MCS30, S3-MCS30, S2-MCS36
 JIMÉNEZ MENDOZA DANIEL S1-ING03
 JIMÉNEZ OSORNIO GERARDO S5-MCS04
 JIMÉNEZ PIZAÑA OSWALDO ALEXANDER S5-MCS04
 JIMENEZ RUIZ EVA NELIDA S2-MCS43
 JIMENEZ SÁNCHEZ REYNA CRISTINA S2-MCS10, S5-
 MCS02
 JIMÉNEZ VALLEJO SALVADOR S5-MCS23
 JIMÉNEZ VILLAGAS ADANELY S2-BCA27
 JIMÉNEZ ZÚNIGA MARCOS IGNACIO S3-MCS45, S3-
 BCA12, S1-MCS33
 JORDÁN PÉREZ BENJAMÍN S4-MCS05
 JORGE ALBERTO VILLARREAL GARZA S2-BYQ05
 JUAN BOLAÑOS KARINA S5-MCS36
 JUÁREZ AYALA MARÍA DE JESÚS S5-BCA08, S2-BCA06
 JUÁREZ CASTRO LEONOR CONCEPCIÓN S3-MCS12, S4-
 MCS07
 JUÁREZ CORTES IRMA BELÉN S4-BYQ18
 JUÁREZ DIOSDADO JUDITH JACQUELINE S2-HCC18
 JUAREZ GONZALEZ CARMEN S5-MCS34, S4-HCC16, S4-
 MCS34, S2-MCS39, S3-MCS35
 JUÁREZ HERNÁNDEZ BULMARO S5-FMCT04, S2-FMCT03,
 S5-FMCT05
 JUÁREZ IGNACIO CELENE S4-ING01, S5-ING30
 JUAREZ JUAREZ MINERVA S2-BYQ27
 JUÁREZ LANDÍN CRISTINA S5-HCC03, S4-ING17, S2-ING18
 JUÁREZ LÓPEZ FERNANDO S1-ING27
 JUÁREZ ORTEGA ANDRÉS JOSÉ ANTONIO S2-BCA18
 JUÁREZ RÍOS HIGINIO S4-ING18
 KARAMI SHAHIR S4-ING25
 KASHINA SVETLANA S1-BYQ07
 KAVETI BHAVNA S2-MCS27
 KHARISOVA OXANA VASILIEVNA S4-FMCT07, S3-
 FMCT15
 KOLOSOVAS MACHUCA ELEAZAR SAMUEL S5-MCS33
 KUBODERA ITO TOSHIO S3-MCS19
 KURI GARCÍA CÉSAR NAZIN S3-MCS08, S1-MCS05
 L. STUTZMAN M. S1-FMCT17
 LADRON DE GUEVARA HECTOR PEREZ S2-BYQ26
 LAFLEUR PIERRE G. S4-ING25
 LANDIN MIRANDA MARÍA DEL ROSARIO S5-HCC05, S2-
 HCC06
 LANDIN SANDOVAL VERÓNICA JANETH S1-ING21
 LARA AGUILAR EDGARDO ELEAZAR S2-MCS13
 LARA CARRILLO EDITH S2-MCS14
 LARA CHÁVEZ MA. BLANCA NIEVES S1-BCA25
 LARA HERNÁNDEZ DIANA S5-HCC04
 LARA JUÁREZ DIANA ESTEFANIA S5-MCS26
 LARA JUAREZ OMAR EMMANUEL S3-ING38
 LARA TLEHUACTLE ARELY S3-CS21
 LARIOS LÓPEZ LETICIA S3-ING17, S2-ING16
 LASTRA PÉREZ JUAN JOSÉ S3-MCS29
 LAVIADA CAMARENA INGRID PAULINA S2-BYQ12
 LAZALDE BLANCA PATRICIA S2-MCS21
 LAZALDE RAMOS BLANCA PATRICIA S3-MCS20, S1-
 BYQ30, S1-MCS16
 LÁZARO GALICIA CECILIA S4-BCA35
 LAZO DE LA VEGA MARÍA LUISA S4-MCS05
 LAZO DE LA VEGA MONROY MARÍA LUISA S5-MCS11
 LEDESMA OROZCO SERGIO EDUARDO S1-ING31
 LEDEZMA GARCIA DANIEL S5-ING36
 LEGORRETA GARCÍA FELIPE S5-FMCT09
 LEIJA FRANCO CÉSAR AUGUSTO S5-BYQ19
 LEMINI CRISTINA S2-BYQ03, S3-BYQ03
 LEÓN AGUIRRE KARINA GABRIELA S4-BYQ11
 LEÓN CAMERO CINTHYA ARACELI S1-MCS14
 LEÓN CASILLAS JOSÉ NAIM S1-MCS28
 LEON FRAUSTO SANDRA IVETTE S5-CS05
 LEÓN GONZAGA AMELIA S5-BYQ21
 LEÓN HERRERA MA. SOLEDAD LUCILA S1-FMCT13
 LEÓN LUNA LETICIA S3-MCS18
 LEÓN SÁNCHEZ MARÍA MERCEDES S1-ING36
 LETECHIPIA VALLEJO GRACIELA MARIA EUGENIA S5-
 MCS28, S2-DIV06, S4-MCS12, S4-MCS08
 LEYTE MANRIQUE ADRIAN S2-BYQ12
 LEYVA SÁNCHEZ HILDA CECILIA S3-BYQ06
 LEZAMA ALVAREZ SUSANA S4-ING30, S4-ING36
 LICEA DE ANDA EVA MARCELA S2-BCA37, S3-FMCT12,
 S3-BCA37
 LIDIA GUADALUPE RODRÍGUEZ ZARATE S1-HCC18
 LILIANA XIMENA CAMPOS RAMIREZ S1-HCC18
 LIMÓN MORALES OFELIA S4-MCS39, S2-MCS05
 LIMÓN MORALES STEPHANY S5-CS21
 LINARES ESCOBAR OMAR ALEJANDRO S1-ING13
 LIRA ALATORRE JANNU S5-HCC20
 LIZARDI GÓMEZ ALEJANDRA GUADALUPE S1-CS19
 LOAIZA MOISÉS S5-MCS38
 LOEZA BARRAGÁN DIANA ISELA S5-ING14
 LOEZA CORICHI ALICIA S5-MCS23
 LOEZA CORICHI MARÍA EUGENIA S5-MCS23
 LOIS CORREA JORGE AURELIO S4-BCA16
 LOMELÍ GONZÁLEZ JOEL S1-MCS37, S3-MCS37
 LOMELÍ RODRÍGUEZ SANDRA EVA S1-CS01
 LÓPEZ AHUMADA GUADALUPE AMANDA S3-BCA23, S3-
 BCA11
 LÓPEZ ALAVEZ FRANCISCO JAVIER S3-MCS34
 LÓPEZ ANTONIO ROSA MARÍA S3-HCC19
 LÓPEZ BALTAZAR JESSICA S2-BCA13
 LÓPEZ CAAMAL FERNANDO S1-ING01
 LÓPEZ CAMARILLO ALMA DELIA S4-HCC14



Directorio de Solicitudes de ISSN - CENTRO DE INVESTIGACIONES EN ÓPTICA, A.C

[SALIR](#)

Buscador de SOLICITUDES

Menu de usuario

- Alta de solicitudes ISSN
- Consulta de solicitudes ISSN
- Tu perfil

Detalle del título

Editor: CENTRO DE INVESTIGACIONES EN ÓPTICA, A.C.
Correo: bruizo@cio.mx
Tipo de editor: Persona Moral
Fecha de solicitud: 2015-08-21
Título completo: ENCUENTRO PARTICIPACIÓN DE LA MUJER EN LA CIENCIA
Subtítulo:
Formato: Internet (Web)
Página web: WWW.CIO.MX
Fecha primera emisión: 2006-05-04
Periodicidad: Anual
Periodicidad (otro):
Idioma: ESPAÑOL
Lista de materias: 0 GENERALIDADES. CIENCIA Y CONOCIMIENTO. ORGANIZACIÓN. INFORMACIÓN. DOCUMENTACIÓN. BIBLIOTECONOMÍA. 0
Subcategoría: 001 Ciencia y conocimiento en general. Organización del trabajo intelectual.
No. de reserva de derechos: 04-2015-071610212700-203
ISSN: 2448-5063
Estatus: Solicitud aprobada
Fecha del último estatus: 2015-12-15 12:28:34

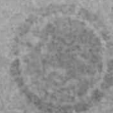
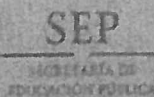
Dictaminación

Comentarios del administrador:
 Datos correctos.

Solicitudes de certificados

No. Radicado	Clave de referencia	Fecha de solicitud	Fecha de verificación de pago	Comprobado
Solicitar certificado				

INSTITUTO NACIONAL DEL DERECHO DE AUTOR, MÉXICO - ALGUNOS DERECHOS RESERVADOS © 2013



EDITORES

María Eugenia Sánchez Morales
Gloria Verónica Vázquez García
Amalia Martínez García
Cristina E. Solano Sosa

**PROGRAMA Y SESIONES DE POSTERS DEL
XIV ENCUENTRO “PARTICIPACIÓN DE LA MUJER EN LA CIENCIA”**

D.R. © CENTRO DE INVESTIGACIONES EN ÓPTICA A.C.

Loma del Bosque 115, Colonia Lomas del Campestre

León, Guanajuato, México, Código postal 37150

www.cio.mx

POR RAZONES DE ESPACIO, EN LA VERSIÓN IMPRESA SÓLO SE PRESENTA EL LISTADO DE NOMBRES DE TRABAJOS CON SUS RESPECTIVOS AUTORES, LA VERSIÓN DIGITAL CONTIENE LOS DATOS TAL COMO FUERON ENVIADOS POR LOS AUTORES.

Impreso en México
2017



ANÁLISIS DE LOS HALLAZGOS SOBRE LOS VALORES Y SIGNIFICADOS ASOCIADOS A LA SEXUALIDAD EN LA MUJER MEXICANA.

Cynthia Sánchez De Alba¹, Margarita Isabel Islas Villanueva², Ruth Maria Zubillaga Alba³, Jose de Jesus Urzua Lopez⁴ y Juan Antonio Flores Mora⁵

^{1,2,3,4,5} Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas.

RESUMEN

La Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercados AMAI, realizó un estudio cualitativo para conocer los principales conceptos, vivencias, temores y expectativas relacionados con la vida sexual de la mujer mexicana, de aquí se desprende los valores y significados asociados a la sexualidad de la mujer por mencionar tabú, miedos, xenofobia, libertad de expresión y desconocimiento del tema. El estudio se aplicó en tres sedes: Guadalajara, Puebla y Distrito Federal, ahora Ciudad de México.

Se encontraron dos perfiles: uno más abierto o liberador y otro conservador, en el que el perfil liberal muestra mayor interés por su propio desarrollo y superación, mientras que el perfil conservador vive en función de los demás y sus necesidades.

La sex shop tiene al perfil de la mujer mexicana abierta o liberal como las consumidoras de productos ofrecidos en sus establecimientos, así como el presenciar espectáculos para mujeres como medio de diversión. Este perfil de consumidoras mexicanas también muestra interés en el consumo de Congresos sobre sexualidad para informar a su familia sobre el tema, consume servicios médicos, por ejemplo urólogos, ginecólogos y servicios médicos relacionados con la salud sexual y busca servicios por mencionar terapias de pareja, visita a blog de educación sexual.

Palabras claves: Sexualidad, Mujer mexicana, perfil de consumo, tabú.

1. INTRODUCCIÓN

En la actualidad difícilmente se habla de sexo, o cualquier tema relacionado con este, llama la atención el descubrimiento que no existe una verdadera libertad e igualdad en estos temas con respecto al género masculino; la mujer mexicana comúnmente tiene muy reprimida su libertad sexual, ella no se permite disfrutar, sentir y aprender en el tema, ya que lo considera como algo no muy bien visto ante la sociedad (un Tabú), afirmaciones planteadas en el estudio realizado por AMAI 2012, y por esa situación se queda con la poca información que recibe en casa, que se convierte en un círculo vicioso ya que las mujeres de su círculo familiar y social duelen del desconocimiento del tema y transmiten generación a generación este padecer.

Sin embargo, aquellas mujeres que AMAI describe como mujeres liberales son etiquetadas por ser libres en este aspecto, siendo juzgadas por el resto de la población que no se encuentran en su descriptor y suele ser la propia mujer quien genere los juicios.

2. TEORÍA

Los autores Philip Kotler y Kevin Keller definen Comportamiento del Consumidor como: "el estudio de cómo los individuos, los grupos y las organizaciones eligen, compran, usan y se deshacen de bienes, servicios, ideas o experiencias para satisfacer sus necesidades y deseos."



Leon G. Schiffman y Leslie Lazar Kanuk definen Conducta del consumidor como: "Forma en que los consumidores se comportan cuando están en el proceso de búsqueda, compra, uso, evaluación y eliminación de productos, servicios e ideas."

Según Schiffman y Lazar definen Perfil del consumidor como: "Perfil sicográfico/demográfico de los consumidores reales o potenciales de un producto o servicio específico."

Lamb, y Hair definen Comportamiento del consumidor como: "Procesos que un consumidor utiliza para tomar decisiones de compra, así como para utilizar y desechar los bienes o servicios adquiridos; asimismo, abarca los factores que influyen en las decisiones de compra y uso del producto."

El diccionario de Oxford define Tabú como: "Prohibición de hacer o decir algo determinado, impuesta por ciertos respetos o prejuicios de carácter social o psicológico." (Dictionary, 2017)

La Asociación Mexicana para la Salud Sexual A.C. (AMSSAC) define la sexualidad como: "el resultado de la interacción de factores biológicos, psicológicos, socioeconómicos, culturales, éticos y religiosos o espirituales. Se refiere a una dimensión fundamental del hecho de ser un ser humano: Basada en el sexo, incluye al género, las identidades de sexo y género, la orientación sexual, el erotismo, la vinculación afectiva y el amor, y la reproducción." (AMSSAC, 2000)

3. PARTE EXPERIMENTAL

4. RESULTADOS

Se encontraron dos perfiles uno más abierto o liberar y otro conservador, en el que el perfil liberal muestra mayor interés por su propio desarrollo y superación mientras que el perfil conservador vive en función de los demás y sus necesidades.

Cabe resaltar que hay mujeres en un rango de edad de los 35 a los 45 años que tienen información distorsionada o muy poca información al respecto, se evaden los temas o se toman en forma de broma pero difícilmente se acercan a preguntar o a informarse con carácter responsable y formal.

Cuando no tiene una vida sexual plena, lo mantienen en secreto y difícilmente buscan algún tipo de información, en el informe estadístico de AMAI 2012, se muestra que mujeres que a la edad de 45 años nunca han vivido su sexualidad plenamente y todo lo que esto conlleva, nunca han entrado a una sex shop por lo que difícilmente van a conocer los productos que ahí se venden, sin embargo, es muy importante mencionar que a pesar que hay un segmento de mujer muy desconectadas y poco interesadas en este tema encontraron otro segmento que si está interesado que es la mujer liberal, esta parte de la población femenina (que no es mucha) está aprendiendo conociendo y disfrutando la sexualidad.

5. CONCLUSIONES

Se puede concluir que las mujeres Mexicanas en la medida que conocen de la importancia de vivir una sexualidad libre de tabús, valores mal interpretados, hasta de la misma pareja, se sienten más relajadas, más seguras de sí mismas, se conocen mejor y mejora su autoestima.



Es una interesante oportunidad de proveer a este segmento de mujeres la información que ellas requieren, cursos seminarios, talleres.

La sex shop tiene al perfil de la mujer mexicana abierto o liberal como las consumidoras productos ofrecidos en sus establecimientos así como el presenciar espectáculos para mujeres como medio de diversión. Éste perfil de consumidoras mexicanas también muestra interés en el consumo de Congresos sobre sexualidad para informar a su familia sobre el tema, consume servicios médicos por ejemplo urólogos, ginecólogos y servicios médicos relacionados con la salud sexual y buscara servicios por mencionar terapias de pareja, visita a blog de educación sexual.

BIBLIOGRAFÍA

- AMAI. (2011). El Mexicano y la sexualidad: De los 50 años en adelante. *de la Riva Group* (pág. 53). México: AMAI.
- AMAI. (2011). *Estudio de Sensualidad*. México: Firefly MILLWARD BROWN.
- AMAI. (2011). *Estudio Sexualidad*. México: PHENOMA.
- AMAI. (2011). *HALLAZGOS SOBRE LOS VALORES Y SIGNIFICADOS ASOCIADOS A LA SEXUALIDAD EN LA MUJER MEXICANA*. México: NODO Investigación + Estrategia.
- AMAI. (2010). *LA SEXUALIDAD DE LOS MEXICANOS*. México: LEXIA Investigación Cualitativa.
- AMAI. (2011). *Reporte Final de la inteligencia erótica del mexicano*. México: Q Solutions.
- AMAI. (2014). *Sex/Mex: La inteligencia erótica del mexicano*. México: Pe&a Proyectos editoriales y arte.
- AMAI. (2011). *Sexualidad*. México: Qualimerc.
- AMAI. (2012). *Sexualidad AMAI Cara a Cara*. México: AMAI.
- AMAI. (2011). *SEXUALIDAD MEXICANA: Perspectivas desde la web*. *De la Riva Group* (pág. 27). México: Linksightful.
- AMAI. (2012). *Sexualidad Online*. México: AMAI.
- AMAI. (2012). Sexualidad, e inteligencia erótica de los mexicanos. *Congreso Sexualidad* (pág. 94). AMAI.
- AMAI. (2015). Sexualidad, sensualidad e inteligencia erótica del mexicano. *Presentación AMAI Fase cualitativa* (pág. 48). AMAI.
- AMAI. (2012). *Tablas sobre Diversidad Sexual*. México: AMAI.
- AMSSAC. (2000). *Sexualidad*. Recuperado el 26 de ABRIL de 2017, de AMSSAC: <http://www.amssac.org/biblioteca/definiciones-basicas/>
- Dictionary, O. (2017). *Tabú*. Recuperado el 26 de abril de 2017, de Oxford Living Dictionary: <https://es.oxforddictionaries.com/definicion/tabu>
- G. SCHIFFMAN, L., & LAZAR KANUK, L. (2010). *Comportamiento del consumidor*. México: Pearson Education.
- KOTLER, P., & KELLER, K. (2012). *Dirección de marketing*. México: Pearson.
- W. Lamb, C., Hair, J. J., & Mc Daniel, C. (2017). *Marketing*. México: CENGAGE Learning.