CENTRO UNIVERSITARIO TECNOLÓGICO CEUTEC

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES

PROYECTO DE GRADUACIÓN

MARKETING SOCIAL PARA LA LACTANCIA MATERNA EN CENTROS DE TRABAJO DENTRO DEL DISTRITO CENTRAL DE HONDURAS

SUSTENTADO POR

ELIO ALEXANDER MEJÍA GUIFARRO, 31711256

KARLA MARIELA ANDINO SÁNCHEZ, 31111732

VICTORIA BETSABE MATUTE FLORES, 31541291

PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA

TEGUCIGALPA M.D.C. **HONDURAS, C.A.**

ABRIL 2023

CENTRO UNIVERSITARIO TECNOLÓGICO CEUTEC

LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTOR

ROSALPINA RODRIGUEZ

DECANA CEUTEC

DINA VENTURA

VICERRECTOR ACADÉMICO CEUTEC

JAVIER SALGADO

SUBDIRECTORA ACADÉMICA CEUTEC

IRIS GABRIELA GONZALES ORTEGA

TEGUCIGALPA M.D.C. **HONDURAS, C.A.**

ABRIL 2023

MARKETING SOCIAL PARA LA LACTANCIA MATERNA EN CENTROS DE TRABAJO DENTRO DEL DISTRITO CENTRAL DE HONDURAS

TRABAJO PRESENTADO EN EL CUMPLIMIENTO DE LOS REQUISITOS EXIGIDOS PARA OPTAR AL TÍTULO DE:

LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA

ASESOR:

SILVANA LARIZA TORRES PAZZETY

TERNA EXAMINADORA:

MARCIO JIMENEZ

ANA ROMERO

NORMA RODRIGUEZ

TEGUCIGALPA M.D.C. **HONDURAS, C.A.**

ABRIL 2023

DERECHOS DE AUTOR

© Copyright 2023

ELIO ALEXANDER MEJÍA GUIFARRO

KARLA MARIELA ANDINO SÁNCHEZ

VICTORIA BETSABE MATUTE FLORES

Todos los derechos son reservados.

DEDICATORIA

Quiero dedicar este logro principalmente a Dios, por darme la sabiduría, la fuerza y el entendimiento para poder lograr este paso tan importante en mi vida, por llenarme de bendiciones en todo momento de mi carrera. También dedico este logro a mi madre América Yolanda Guifarro y mi padre Elio Humberto Mejía por haberme apoyado a lo largo de mi carrera y ser mis pilares en este proceso tan importante. A mi familia que estuvieron apoyándome y motivándome a seguir adelante, a mis hermanos que creyeron en mí y me apoyaron a seguir con esta gran meta profesional. Y finalmente me lo dedico a mi persona por la dedicación, el esfuerzo y el sacrificio que hice para llegar hasta aquí, me lleno de orgullo y satisfacción.

Elio Alexander Mejía Guifarro

Dedico este logro tan importante a mi madre Karla Yaneth Sánchez Reyes por ser mi apoyo incondicional, mi compañera, mi amiga y mi mayor ejemplo de superación, por impulsar mis sueños, por cada sacrificio. Por hacerme quien soy hasta el día de hoy, por sus enseñanzas, los valores que me ha inculcado y la manera de hacerle frente a la vida, este logro es para ella. A mis hijos Gustavo, Andrés y Paulina, se convirtieron en mi inspiración, mi motivo y mi motor para cumplir todo lo que me propongo; son el motivo de todo lo que hago. A mis hermanos Ángel, Josué y Jared; a Benjamín Maradiaga por su apoyo incondicional y a mi familia por siempre poder contar con cada uno.

Karla Mariela Andino Sánchez

Sin duda alguna dedico este logro tan importante a mi madre Gladis Flores, quien desde pequeña fomento en mí ese sueño de convertirme en una gran profesional y ha trabajo para poderlo ver realizado; por el que hoy puedo decirle “lo logramos madre”, este título no solo es mío sino también de ella. A mis dos ángeles que desde el cielo me han iluminado y apoyado, Hugo Nájera mi padre, quien estaría muy orgulloso de su pequeña y a mi abuela paterna Victoria Matute, a quien también le debo el nombre y al recordarla solo puedo agradecerle por todo su amor y apoyo incondicional. Asimismo, a mi familia (mis hermanas), porque ellas son el motor de superación y por las cuales inicie este camino, ellas son mi mayor inspiración.

Victoria Betsabe Matute Flores

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por darme la sabiduría y fortaleza de culminar mis estudios universitarios y que a lo largo de estos años he sido enormemente bendecido por él, agradezco a mi madre América Yolanda Guifarro y a mi padre Elio Humberto Mejía que con amor y dedicación hicieron muchos sacrificios para verme cumplir una de las etapas más importantes en mi vida. Agradezco a mis hermanos por apoyarme cuando más los necesite; a mi familia por su amor y apoyando incondicional a lo largo de todos esos años, por creer en mí.

Gracias a mis compañeras Karla Andino y Victoria Matute que con dedicación y esfuerzo sumaron a este proyecto. A mis docentes por haber compartido sus conocimientos y experiencias a lo largo de estos años de estudios universitarios. A la Licenciada Silvana Torres gracias por la confianza y el apoyo que nos brindó.

Elio Alexander Mejía Guifarro

Mi agradecimiento a Dios, por guiarme, por nunca dejarme y ser mi todo a lo largo de mi carrera y mi vida. Agradezco a mi familia por apoyarme en los momentos en los cuales les necesite. A mi madre Karla Yaneth Sánchez Reyes, agradezco su apoyo y sin el cual esto no sería posible.

Gracias a mis compañeros de proyecto Elio Mejía y Victoria Matute por ser parte fundamental de la realización de este logro. A los docentes que me acompañaron a lo largo de este camino, de cada uno aprendí de su valiosa experiencia, gracias.

Karla Mariela Andino Sánchez

Agradezco a mi padre celestial “Dios”, quien sin él nada de esto sería posible, por proveer todo lo necesario para poder culminar este proyecto de vida y darme fuerza, sabiduría y esperanza. Solo puedo decir gracias, Señor, porque él sabe que por fe me matricule y hoy estoy finalizando este logro que significa mucho en mi vida y la de mi familia. Quiero realizar un agradecimiento especial a mi hermana Eimy Matute, la cual ha sido de mucha ayuda en mi vida, quien me ayudó mucho a inicios de mi carrera en varios aspectos y sé que ella al igual que yo gozamos mucho de este logro. A mi hermana Rina Nohemí y sus hijas, por comprenderme y apoyarme en este tiempo de estudio. A mi tía Rina Matute, por su apoyo incondicional y siempre estar disponible para mí y mi familia. A Kevin Vásquez por su comprensión, solidaridad y apoyo. Asimismo, agradecer a todas aquellas personas que me dieron palabras de aliento, motivación y me brindaron una mano amiga. ¡A todos infinitas gracias!

Quiero agradecer a mis compañeros y amigos, Elio Mejía y Karla Andino, por su compromiso, tiempo, disposición, empeño y amor, que le dieron a este proyecto. Porque no pude elegir mejores compañeros para hacer esto posible y de los cuales me siento muy orgullosa y les deseo lo mejor en esta nueva etapa. A su vez, agradecer a todos los docentes que me acompañaron, compartieron sus conocimientos y experiencia a lo largo de este camino. A la licenciada Silvana Torres, jefe de carrera por ser una guía durante el desarrollo de este proyecto. A todos ¡Muchas gracias!

Victoria Betsabe Matute Flores

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES

MARKETING SOCIAL PARA LA LACTANCIA MATERNA EN CENTROS DE TRABAJO DENTRO DEL DISTRITO CENTRAL DE HONDURAS

AUTORES:

Elio Alexander Mejía Guifarro.

Karla Mariela Andino Sánchez.

Victoria Betsabe Matute Flores.

RESUMEN:

El presente informe consta de una investigación sobre el MARKETING SOCIAL PARA LA LACTANCIA MATERNA EN CENTROS DE TRABAJO DENTRO DEL DISTRITO CENTRAL DE HONDURAS, misma con una duración de diez semanas, donde se logró identificar hallazgos sobre cómo influye este tema en un ambiente laboral, asimismo, los factores sociales que implica ejercer la lactancia materna fuera de sus hogares, los beneficios actuales con los que cuentan las mujeres en período de maternidad y/ o lactancia y todo aquello asociado con lo que las empresas pueden proporcionar a sus colaboradoras en este estado. Finalizando así la recopilación y análisis de información obtenida, concluimos con una serie de recomendaciones como aporte a una eficiente aplicación del Marketing Social para la Lactancia Materna en los lugares de trabajo. El diseño de la investigación es transversal simple, ya que la recolección de datos es única y exclusiva, únicamente correspondiente al periodo de

tiempo entre el mes de enero y el mes de marzo del año 2023. Las herramientas utilizadas para la recolección de datos fueron dos; encuestas digitales a las mujeres en período de maternidad y/ o lactancia, que actualmente estuvieran trabajando dentro del distrito central de Honduras y la segunda, entrevistas a profundidad a gerentes/ jefes de recursos humanos de las empresas.

FACULTY OF ADMINISTRATION AND SOCIAL SCIENCES

SOCIAL MARKETING FOR BREASTFEEDING IN THE WORKPLACE WITHIN THE DEPARTMENT DISTRITO CENTRAL OF HONDURAS

AUTHORS:

Elio Alexander Mejía Guifarro.

Karla Mariela Andino Sánchez.

Victoria Betsabe Matute Flores.

ABSTRACT:

This report consists of an investigation on SOCIAL MARKETING FOR BREASTFEEDING IN THE WORKPLACE WITHIN THE DEPARTMENT DISTRITO CENTRAL OF HONDURAS, with a duration of ten weeks, where findings were identified on how this topic influences a work environment, as well as the social factors involved in practicing breastfeeding outside of their homes, the current benefits that women in maternity and/or breastfeeding have, and everything associated with what companies can provide to their employees in this department. Thus, concluding the collection and analysis of the information obtained, we reached a series of recommendations as a contribution to an efficient application of Social Marketing for Breastfeeding in the workplace. The research design is a simple cross-sectional one, since the data collection is unique and exclusive, only corresponding to the period of time between January and March of the year 2023. The tools used for data collection

were two; digital surveys to women in maternity and/or breastfeeding, who were currently working within the central district of Honduras, and secondly, in-depth interviews with managers/human resources managers of companies.

ÍNDICE

I. INTRODUCCIÓN 15

II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA 18

2.1 Antecedentes del problema 18

2.2 Enunciado del problema 19

2.3 Preguntas de investigación 21

2.4 Variables de Investigación 22

2.4.1 Variable Dependiente 22

2.4.2 Variables Independientes 22

2.5 Justificación 24

2.5.1 Delimitación 25

III. OBJETIVOS 25

3.1 Objetivo General 25

3.2 Objetivos Específicos 25

IV. MARCO TEÓRICO 26

5.1 Factores Sociales 27

5.1.1 Definición de Factores 27

5.1.2 Definición de Sociales 27

5.1.3 Factores Sociales 28

5.2 Marketing Social 29

5.2.1 Definición de Marketing 29

5.2.2 Marketing Social 30

5.3 Período de Lactancia 32

5.3.1 Leptina 33

5.3.2 Períodos de la alimentación infantil 33

5.3.3 Lactancia Materna 34

5.3.4 Beneficios de la lactancia materna para el niño 35

5.4 Espacio para ejercer lactancia 36

5.4.1 Concepto General 37

5.4.2 Impacto de no Contar con Espacio De Lactancia Materna 38

5.4.3 Importancia de Espacios De Lactancia Materna 39

5.4.4 Beneficios de Contar con Espacios para Ejercer Lactancia 40

5.4.5 Empresa Hondureña con implementación de Espacios para Ejercer Lactancia Materna. 40

5.5 Código de Trabajo Hondureño 42

5.5.1 Artículo 1 42

5.5.2 Artículo 18 42

5.5.3 Artículo 135 42

5.5.4 Ley de Fomento y protección de la Lactancia Materna. 43

5.5.5 Comisión Nacional De Lactancia Materna Y Alimentación Complementaria de Honduras (CONALMA). 44

5.5.5.1 Articulo 8 44

5.6 Nivel de Satisfacción 45

5.6.1 Definición de Nivel 45

5.6.2 Definición de Satisfacción 46

5.6.3 Nivel de Satisfacción 46

5.7 Desempeño Laboral 48

5.7.1 Definición de Desempeño 48

5.7.2 Definición de laboral 49

5.7.3 Desempeño Laboral 49

V. METODOLOGÍA 52

5.1 Enfoque y métodos 52

5.1.1 Enfoque 52

5.1.2 Métodos 52

5.1.3 Estudio 52

5.1.4 Diseño 52

5.2 Población y muestra 53

5.2.1 Población y muestra para mujeres en período de lactancia y/o maternidad que actualmente estén laborando 53

5.2.2 Población y muestra para empresas 54

5.3 Unidad de análisis y respuesta 54

5.4 Técnicas e instrumentos aplicados 55

5.4.1 Encuesta 55

5.4.2 Entrevista 55

5.5 Fuentes de información 56

5.5.1 Fuentes primarias 56

5.5.2 Fuentes secundarias 56

5.6 Cronología de Trabajo 57

VI. RESULTADOS Y ANÁLISIS 59

6.1 Gráficos y análisis de las encuestas 59

6.2 Entrevistas a profundidad 83

6.3 Hallazgos 95

VII. CONCLUSIONES 97

VIII. RECOMENDACIONES 99

IX. PROPUESTA 101

9.1 Cronograma de actividades 102

X. BIBLIOGRAFÍA 103

XI. ANEXOS 106

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Figura de Variables 23

Ilustración 2. Períodos de la alimentación infantil 34

Ilustración 3. Espacio para ejercer lactancia 37

Ilustración 4. Espacio para ejercer lactancia 38

Ilustración 5. Espacio para ejercer lactancia 39

Ilustración 6. Diseño de la investigación 57

Ilustración 7. Espacio para ejercer lactancia - OPS Contact Center 113

Ilustración 8. Espacio para ejercer lactancia - OPS Contact Center 114

Ilustración 9. Espacio para ejercer lactancia - OPS Contact Center 114

Ilustración 10. Espacio para ejercer lactancia - OPS Contact Center 115

Ilustración 11. Captura de video promocional - OPS Contact Center 115

Ilustración 12. Captura de video promocional - OPS Contact Center 115

Ilustración 13. Captura de video promocional - OPS Contact Center 116

Ilustración 14. Captura de video promocional - OPS Contact Center 116

Ilustración 15. Captura de video promocional - OPS Contact Center 116

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Plantilla de depuración del marco teórico 26

Tabla 2. Operacionalización de variables 58

Tabla 3. Propuesta 101

Tabla 4. Cronograma de actividades 102

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 59

Gráfico 2 60

Gráfico 3 61

Gráfico 4 62

Gráfico 5 63

Gráfico 6 64

Gráfico 7 65

Gráfico 8 66

Gráfico 9 67

Gráfico 10 68

Gráfico 11 69

Gráfico 12 70

Gráfico 13 71

Gráfico 14 72

Gráfico 15 73

Gráfico 16 74

Gráfico 17 75

Gráfico 18 76

Gráfico 19 77

Gráfico 20 78

Gráfico 21 79

Gráfico 22 80

Gráfico 23 81

Gráfico 24 82

GLOSARIO

Adscripción: Acuerdo por el que se entrega un bien o derecho patrimonial de la Administración General del Estado a uno de sus organismos públicos, o de un organismo público a otro, para su vinculación directa a un servicio de su competencia o para el cumplimiento de sus fines propios.

Agotamiento Físico: sentirse cansado tiene una graduación muy amplia, puede ser una sensación moderada o en un grado elevado, el agotamiento físico está asociado a una serie de reacciones del organismo.

Aminoácido: Moléculas que se combinan para formar proteínas. Los aminoácidos y las proteínas son los pilares fundamentales de la vida.

Beneficios de Ley: So aquellos beneficios que tienes al ingresar a un vínculo laboral son totalmente independientes al salario; si trabajas para una persona moral o física.

Capacitación: Es un proceso que posibilita la capacitando la apropiación de ciertos conocimientos, capaces de modificar los comportamientos propios de las personas y de la organización a la que pertenecen.

Cognitivo: Está vinculado a la capacidad natural que tienen los seres humanos para adaptarse e integrarse a su ambiente. Se entiende el desarrollo cognitivo o cognoscitivo como la evolución de las capacidades intelectuales, de las cuales la inteligencia es una de las más importantes.

Colaborador: Persona que trabaja con otras en la realización de una tarea común.

Compromiso: Es cumplir con lo prometido aun ante circunstancias adversas. La palabra compromiso se utiliza para describir una obligación que se ha contraído o a una palabra ya dada.

Conductual: Perteneciente o relativo a la conducta.

Cualitativo: Método científico de observación para recopilar datos no numéricos. Se suelen determinar o considerar técnicas cualitativas todas aquellas distintas al experimento.

Cuantitativo: Es una estrategia de investigación que se centra en cuantificar la recopilación y el análisis de datos. Se forma a partir de un enfoque deductivo en el que se hace hincapié en la comprobación de la teoría, moldeada por filosofías empiristas y positivistas.

Dedicación: Acción de dedicar o dedicarse, la atención y esfuerzo que una persona destina a una actividad, y la acción y efecto de entregarse intensamente a una profesión o trabajo.

Desinformación: Es información falsa o engañosa, que se difunde de manera intencionada para engañar e intentar manipular las creencias, emociones y opiniones del público en general.

Depresión posparto: Es una depresión de moderada a intensa en una mujer después de que ha dado a luz y se puede presentar poco después del parto o hasta un año más tarde.

Desempeño: Nos referimos a la acción de realizar una tarea asignada, cumplir con una obligación o enfrentar un trabajo.

Embarazo: Período que transcurre entre la concepción (fecundación de un óvulo por un espermatozoide) y el parto; durante este período el óvulo fecundado se desarrolla en el útero. En los seres humanos, el embarazo dura aproximadamente 288 días. También se llama gestación.

Encuesta: Es un procedimiento dentro de la investigación cuantitativa en la que el investigador recopila información mediante el cuestionario previamente diseñado, sin modificar el entorno ni el fenómeno donde se recoge la información ya sea para entregarlo en forma de tríptico, gráfica, tabla o escrita.

Entrevista: Es un diálogo entablado entre dos o más personas: el entrevistador formula preguntas y el entrevistado las responde. Se trata de una técnica empleada para diversos motivos, investigación, temas de interés, selección de personal o divulgación científica.

Error muestral: Es el error que surge a causa de observar una muestra de la población completa.

Extracción: Sacar una cosa que está incrustada, hundida, contenida o sepultada en otra, generalmente venciendo una dificultad.

Fisiológico: Relacionado con las funciones del cuerpo.

Fórmula: La fórmula para bebés, leche de fórmula o fórmula infantil es un sustituto artificial de la leche materna para alimentar a bebés menores de 12 meses.

Gravidez: Estado de la hembra que lleva en el útero un embrión o un feto.

Grupo adoptante: Que adopta (acoge; asume; adquiere) o realiza una adopción (acoge y declara a alguien como pariente legal).

Grupo detentador: Personas que retienen la posesión de lo que no es suyo, sin título ni buena fe que pueda cohonestarlo.

Home Office: Es la modalidad laboral en la que un empleado trabaja desde casa y no en una empresa, aunque el home office es una forma de teletrabajo.

Implicación: Consecuencia o efecto de un hecho o de un acontecimiento.

INE: Instituto Nacional de Estadística.

Infante: Denominación legal relativa a los menores de edad, que incluye a los niños de cero a cinco años, y también se entiende como niño o niña de corta de edad, que no ha llegado al periodo de la adolescencia o es menor de 11 años y se encuentra en la etapa de la infancia.

Inmunológico: Rama amplia de las ciencias biomédicas que se ocupa del estudio del sistema inmunitario, entendiendo como tal al conjunto de órganos, tejidos y células que, en los vertebrados, tienen como función reconocer elementos ajenos dando una respuesta.

Lactancia: Período de la vida de las crías de los mamíferos durante el cual se alimentan básicamente de leche, especialmente de la que maman de su madre.

Lactancia diferida: Es cuando la alimentación del bebé se lleva a cabo con leche materna, pero no directamente del pecho, sino que la leche materna se extrae y se da de comer al bebé por medio de cucharas, vasos y biberones.

Lactancia directa: Cuando el bebé se alimenta tomando la leche directamente del pecho.

Lactancia materna: Forma de alimentación que comienza en el nacimiento con leche producida en el seno materno.

Lactante: Que está en el período de la lactancia.

Lealtad laboral: Capacidad de fomentar el compromiso de los colaboradores, su esfuerzo y fidelidad hacia una empresa.

Leptina: Hormona elaborada por las células grasas que ayuda a controlar la sensación de hambre, la cantidad de grasa almacenada en el cuerpo, y el peso corporal.

Licencia de maternidad: Derecho que tienen las mujeres trabajadoras antes y después del parto para no asistir a sus labores.

Marketing: Conjunto de técnicas y estudios que tienen como objeto mejorar la comercialización de un producto.

Marketing social: Uso de las técnicas de mercadotecnia para difundir ideas que benefician a la sociedad.

Morbilidad: Cantidad de personas que enferman en un lugar y un período de tiempo determinados en relación con el total de la población.

Mortalidad: Cantidad de personas que mueren en un lugar y en un período de tiempo determinados en relación con el total de la población.

Multilateral: Que tiene varios lados, partes o aspectos, o está relacionado con ellos.

Nivel de confianza: Par o varios pares de números entre los cuales se estima que estará cierto valor desconocido respecto de un parámetro poblacional con un determinado nivel de confianza.

Nominal: Sus valores representan categorías que no obedecen a una clasificación intrínseca.

Ordinal: Número que denota la posición de un elemento perteneciente a una sucesión ordenada.

Patrono: Persona física o moral que utiliza los servicios de uno o varios trabajadores.

PEA: Población económicamente activa.

Postnatal: Que afecta o concierne al bebé en el período posterior a su nacimiento

Postparto: Periodo que se inicia después del nacimiento del recién nacido.

Prenatal: Relacionado con el período de embarazo de una mujer, antes del nacimiento.

Satisfacción: Sentimiento de bienestar o placer que se tiene cuando se ha colmado un deseo o cubierto una necesidad.

Secreción láctea: Secreción de leche por el pezón que no está relacionada con la producción normal de leche para la lactancia.

Socialmente responsable: Término que se refiere a la carga, compromiso u obligación, de los miembros de una sociedad ya sea como individuos o como miembros de algún grupo, tanto entre sí como para la sociedad en su conjunto.

Socio-demográfico: Refiere a las características generales y al tamaño de un grupo poblacional.

Tabú: Prohibición de hacer o decir algo determinado, impuesta por ciertos respetos o prejuicios de carácter social o psicológico.

Trabajo: Actividad que las personas realizan ya sea como deber o actividad dependiente de la profesión, necesidades y deseos de una comunidad más amplia.

Trabajo a destajo: Es aquel que es remunerado por la producción obtenida y no por el tiempo dedicado.

Transversal: Que se cruza en dirección perpendicular con la cosa de que se trata.

Vínculo: Unión o relación no material, especialmente la que se establece entre dos personas.

Vitamina: Sustancia orgánica que se encuentra en los alimentos y que, en cantidades pequeñas, es esencial para el desarrollo del metabolismo de los seres vivos; el organismo no puede fabricar esta sustancia por sí mismo.

I. INTRODUCCIÓN

Durante años, en diversas culturas alrededor del mundo se trata de promover la lactancia materna como el mejor recurso alimenticio para lactantes. La lactancia materna es un acto fisiológico al que todas las mujeres, sin distinción, tienen acceso. Este proceso se vuelve vital durante los primeros momentos de vida del ser humano, y los expertos lo recomiendan al menos durante los primeros 6 meses de vida.

Son múltiples los beneficios que se pueden enumerar si se habla de lactancia materna, desde el factor económico para las madres hasta el impacto en el desarrollo físico y cognitivo para los lactantes. La leche materna permite proteger al bebé de enfermedades por la gran cantidad de vitaminas y aminoácidos que esta contiene. Es por estos motivos que el sector de salud busca promover y prolongar el uso de la lactancia materna lo más que se pueda.

En Honduras, el sistema laboral público y privado, les brinda a las madres incapacidad pre y posnatal de cuarenta y dos días respectivamente; luego de esta, una hora de lactancia diaria durante los primeros seis meses de vida del infante. Se aconseja que desde el nacimiento y hasta el momento en que la madre retorne a laborar pueda mantener lactancia materna exclusiva. Esto involucra muchos factores, fisiológicos, culturales y económicos de los cuales depende la ejecución de este proceso por parte de las madres.

Asegurar la lactancia materna durante los primeros meses de vida, requerirá en muchas ocasiones, del apoyo del patrono; además de la disposición de la madre. En el entorno cultural actual, se está expuesto a muchas opiniones donde se encuentran expertos que defienden la lactancia materna como la mejor opción para el infante, y otros que incentivan a las madres a hacerlo solamente si lo desean; promoviendo el pensamiento de que está bien dar formula sustituyendo la lactancia.

El marketing social, buscando un cambio de actitud, de pensamiento por parte de determinado segmento; es utilizado para promover la lactancia en los establecimientos de trabajo. Las empresas buscan ser parte de un grupo selecto de organizaciones que son socialmente responsables, y que son reconocidas como los mejores lugares para laborar por los beneficios y el cuidado hacia sus colaboradores.

Por ello muchas organizaciones han designado espacios físicos exclusivos donde las madres pueden realizar sus extracciones y almacenar su leche mientras están en un horario laboral. Esto les brinda el apoyo necesario para no descontinuar la lactancia materna una vez que regresan a laborar y deben separarse de sus bebés por jornadas de ocho a nueve horas diarias. Así mismo, se conoce que no todas las empresas brindan este tipo de facilidades a sus colaboradoras.

A través de esta investigación se busca conocer las implicaciones del marketing social en el proceso de la lactancia materna dentro de los establecimientos de trabajo y los factores sociales que implica.

A lo largo de la investigación, segmentado en diferentes capítulos; se dará a conocer el planteamiento del problema, sus antecedentes, la definición, las preguntas de investigación y la justificación de este. Lo cual permitirá una mayor comprensión del tema.

Así mismo, se mostrarán los objetivos, los cuales son clave para la ejecución del resto del proyecto. Dentro de estos objetivos se busca la respuesta a las interrogantes planteadas en las preguntas de investigación donde se dará a conocer aspectos relevantes sobre la lactancia, el impacto del marketing social orientado a la lactancia materna, como cambio el desempeño de la mujer al convertirse en madre y que tan satisfechas se encuentran con sus espacios de trabajo y área para ejercer lactancia en caso de que los tengan. Dentro del marco teórico, se ampliarán los temas principales y sobre los cuales se desarrolla la investigación. Esto para

ayudar a la comprensión de temas específicos relacionados a los objetivos de la investigación y sobre los cuales es necesario se conozca para poder realizar el análisis correspondiente a cada variable relacionada a los objetivos. Se especifica la metodología de investigación utilizada y sus respectivas técnicas y herramientas de investigación, para el desarrollo del proyecto las utilizadas fueron la encuesta para las madres en periodo de lactancia y la entrevista a profundidad para los gerentes de recursos humanos. Una vez ejecutados los instrumentos se procede con el análisis de los resultados y el planteamiento de los hallazgos.

Para finalizar, se dará a conocer las conclusiones de la investigación, y las recomendaciones basadas en los resultados obtenidos, todo ello en función a los objetivos y dando seguimiento a las variables seleccionadas.

II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1 Antecedentes del problema

La sabiduría ancestral, los legados milenarios y la ciencia se han ocupado de constatar el poder irremplazable de la leche materna. La humanidad cuenta con el producto que por excelencia lo puede todo, cuando de nutrición, la sociedad y salud se trata, si lo permitimos. Pero sigue ausente en muchos espacios dentro del mundo laboral ya que es considerado como un tabú hablar de estos temas, en muchas empresas dentro de nuestros territorios (Baby, 2020).

La sociedad debe comenzar a promover la lactancia materna en el trabajo, motivando a las nuevas madres a perseverar en esta hermosa tarea y continuar fortaleciendo el vínculo con su bebé, muchas veces han sido objeto de comentarios mal intencionados y/o la mirada juzgadora de las personas que les rodean, ser madre es una tarea difícil y aún más dejar al cuidado de su más preciado tesoro en manos de otra persona.

Se deben promover ideas que tengan un plan de beneficios para que las madres en etapa de embarazo y post parto tengan un verdadero soporte por parte de sus empleadores, así se puede alcanzar un mayor compromiso, productividad, lealtad laboral, adicionalmente fomenta un mejor ambiente de trabajo.

La incorporación de la mujer en el mercado laboral es uno de los fenómenos demográficos más importantes en las últimas décadas a nivel mundial, esto al igual conlleva ciertos aspectos sociales que las empresas enfrentan. El ingreso de la mujer a las actividades productivas ha crecido notablemente, mientras en los setenta la tasa de participación era de 16.4%, hoy esa cifra es de 43.2%. (UNICEF, 2021).

Cuando una madre se reincorpora a su empleo por que concluye su licencia de maternidad, se encuentra con dificultades para continuar amamantando a sus hijos. Esto tiene un considerable impacto ya que trae diversos beneficios para los bebés tanto en lactancia directa (del pecho de la madre) como en lactancia diferida (leche materna extraída). Todo esto contribuye a que tengan menos madres que pasen por depresión posparto la cual es más común en las nuevas madres que no amamantan. Aparte esto es de vital importancia para él bebe ya que alimentación nutricionalmente balanceada y protección contra enfermedades e infecciones comunes en la infancia. (UNICEF, 2021).

2.2 Enunciado del problema

La protección durante el embarazo y la maternidad responde a una doble finalidad. Por una parte, pretende proteger la especial relación entre la madre y el recién nacido y la salud de ambos, y por otra busca brindar una cierta seguridad en el empleo (OIT, 2009).

La mujer tiene derecho a descanso antes y después del parto, sin pérdida de su trabajo ni de su salario. En el periodo de lactancia tendrá derecho a un descanso por día para amamantar a sus hijos. El patrono no podrá dar por terminado el contrato de trabajo de la mujer embarazada ni después del parto, sin comprobar previamente una causa justa ante juez competente, en los casos y condiciones que señale la Ley (ONU Mujeres, 2019).

Como lo menciona el texto anterior, la protección que brindan las leyes a las mujeres en el período de embarazo y/o maternidad, es cubierta por el código de trabajo del país, dado a una problemática e incertidumbre en el mercado laboral por la ausencia que esto conlleva a su puesto de trabajo. Mismos suelen tener represalias para sus colaboradoras por este tiempo de retiro y los costos que representan para las organizaciones.

OIT (2011) Nos señala que no se lleva un registro de los datos estadísticos sobre los despidos de mujeres trabajadoras en período de embarazo, maternidad y lactancia. Las cifras que aportan los Ministerios de Trabajo nos ayudan a dimensionar la gravedad del problema. La discriminación contra la mujer dado a esta condición de procrear y amamantar dentro de un entorno laboral se da desde la hora de su contratación únicamente por su género. Esto lo podemos afianzar en la práctica cuando las empresas solicitan como requisito previo a la contratación las pruebas de embarazo. A pesar de las protecciones formales, y aunque las mujeres trabajadoras cuyos derechos han sido violentados tuvieran todas las pruebas y cumplieran con todos los requisitos para hacer valer su derecho en un juzgado, en la mayoría de los casos los procesos son largos y la reinstalación de las mujeres puede tardar años. Por eso, muchas mujeres prefieren no denunciar.

Caamaño, Rojo (2009) Menciona los efectos de la protección a la maternidad para la concreción de la igualdad de trato entre hombres y mujeres en el trabajo. La legislación laboral, nacida como respuesta a la problemática social de comienzos del siglo XX, fue estructurando un modelo de protección de la mujer que termina por marginar paulatinamente del mercado de trabajo y, a la vez, fue consolidando un pacto de producción y reproducción a partir del arquetipo de hombre proveedor y mujer cuidadora. Esto es evidente en la configuración de las normas de protección a la maternidad contenidas en el Código del Trabajo, las que desconocen la corresponsabilidad de hombres y mujeres frente al empleo y la familia, limitando fuertemente las posibilidades de desarrollo laboral de las mujeres al responsabilizarse exclusivamente del cuidado de los hijos. A su vez esta legislación mantiene el esquema tradicional de imposición de obligaciones al empleador en atención a la contratación de mujeres, lo que tiende a desincentivar el empleo femenino.

Por lo anterior, este estudio pretende realizar una investigación sobre el marketing social para la lactancia materna en establecimientos de trabajo, fomentando la lactancia como principal alimento nutricional para los bebés, como apoyo social para las madres trabajadoras, limitando las bajas laborales de madres cuando inician esta etapa de la maternidad. Cabe mencionar que en la actualidad el tema de la lactancia materna sigue manteniéndose como un tabú, en un país tercermundista como lo es Honduras, dicho tema es una problemática social que enfrentan las madres y sus familiares que pasan por este período.

2.3 Preguntas de investigación

1. ¿Cómo puede influir una campaña de marketing social enfocada en la lactancia materna en un ambiente laboral?

2. ¿Cuáles son los factores sociales que implica ejercer la lactancia fuera de sus hogares?

3. ¿Cuáles son los beneficios actuales que tienen las mujeres en periodo de lactancia y/o maternidad en las empresas hondureñas?

4. ¿Las empresas hondureñas en la actualidad tienen a disposición de las madres espacios adecuados para ejercer lactancia en su lugar de trabajo?

5. ¿Las empresas disponen de beneficios adicionales para sus colaboradoras en licencia por embarazo o lactancia, excluyendo las que tienen por ley en el código de trabajo hondureño?

6. ¿Qué tan satisfechas se encuentran las mujeres con las condiciones y beneficios con los que actualmente disponen para la protección de la lactancia?

7. ¿Dentro del desempeño laboral de una mujer al convertirse en madre este sufre algún cambio? ¿Es este positivo o negativo?

2.4 Variables de Investigación

2.4.1 Variable Dependiente

2.4.1.1 Marketing Social: Consiste en la aplicación de las tecnologías propias del marketing comercial al análisis, planificación, ejecución y evaluación de programas diseñados para influir en el comportamiento voluntario de los grupos sociales o poblaciones en general con el fin de mejorar su bienestar personal y social (Forero Santos, 2010).

2.4.2 Variables Independientes

2.4.2.1. Factores sociales: Es una vía de explicación multilateral de la complejidad de una realidad concreta o sistema social, gracias al análisis de las múltiples conexiones que como parte de ese sistema y de otros se establecen a través suyo, permitiendo obtener una visión parcial de la totalidad de esta (Gúzman-Miranda, 2012).

2.4.2.2 Período de Lactancia: Es el tiempo durante el cual las madres trabajadoras tienen derecho a reposo para alimentar a sus hijos después del nacimiento. Consiste en dos reposos extraordinarios por día en un lugar adecuado e higiénico que designe la empresa. Durante estos lapsos, de media hora cada uno, las madres podrán alimentar a sus hijos (Gutiérrez Gutiérrez, 2001).

2.4.2.3 Espacios para ejercer lactancia: Es un lugar cómodo, higiénico y privado, ubicado en el entorno laboral o de estudio, que ofrece las condiciones adecuadas para la extracción y conservación de la leche materna bajo lineamientos técnicos de seguridad, para que las madres puedan transportarla al hogar (UNICEF, 2021).

2.4.2.4 Código de trabajo hondureño: El Código regula las relaciones entre el capital y el trabajo, colocándolas sobre una base de justicia social a fin de garantizar al trabajador las condiciones necesarias para una vida normal y al capital una compensación equitativa de su inversión (CCIC, 2022).

2.4.2.5 Nivel de satisfacción: Nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas (Thompson, 2005).

2.4.2.6 Desempeño laboral: Calidad del trabajo que cada empleado le aporta a sus tareas diarias, durante un determinado período de tiempo (Mamani Avendaño, 2019).

Ilustración 1. Figura de Variables

2.5 Justificación

Teórica: El presente estudio se realiza con el propósito de investigar cómo influye el marketing social enfocado en la lactancia materna en un ambiente laboral dentro del Distrito Central de Honduras.

Práctica: Con la investigación se pretende determinar la influencia de una campaña de marketing social enfocada en la lactancia materna en un ambiente laboral, la identificación de los beneficios actuales e investigar si las empresas otorgan adicionales a los del código de trabajo, asimismo conocer si en la actualidad disponen de espacios adecuados para ejercer lactancia en el lugar de trabajo e identificar los factores sociales que implica ejercer esa labor fuera de sus hogares, además investigar si el desempeño laboral de las mujeres cambia al convertirse en madres y conocer el nivel de satisfacción respecto a las condiciones y beneficios.

Metodología: La investigación se realiza a mujeres que son madres, que se encuentran en período de maternidad o lactancia y a gerentes o representantes de recursos humanos de las distintas empresas del Distrito Central. Mismas que pueden dar aportes enriquecedores a la investigación referente a los beneficios, tratos y condiciones que poseen las colaboradoras actualmente en cada una de las instituciones para la cual laboran.

Económica: Se interpreta que todas las licencias incurren en un costo económico para las instituciones, por lo que, en esta investigación, se dará a conocer cuáles son y qué beneficios obtienen las empresas al brindar adicionales a sus colaboradoras.

Social: El estudio tiene un gran impacto social, ya que, la demanda de mujeres, madres en período de maternidad y lactancia es alta en cada una de las diversas instituciones. Con ayuda de distintas Campañas de Marketing Social que velan por los diferentes beneficios, oportunidades, ventajas y condiciones de esta etapa tan importante y los diferentes cambios estratégicos que las empresas implementan para que se cumplan de manera satisfactoria.

2.5.1 Delimitación

La investigación se realizará entre los meses de enero – marzo del año 2023, en el Distrito Central de Honduras.

III. OBJETIVOS

3.1 Objetivo General

Investigar cómo influye el marketing social enfocada en la lactancia materna en un ambiente laboral dentro del Distrito Central de Honduras.

3.2 Objetivos Específicos

1. Identificar cuáles son los factores sociales que implica ejercer la lactancia fuera de sus hogares.
2. Identificar los beneficios actuales que tienen las mujeres en período de lactancia y/o maternidad en las empresas hondureñas.
3. Conocer si las empresas hondureñas en la actualidad tienen a disposición de las madres espacios adecuados para ejercer lactancia en su lugar de trabajo.
4. Investigar si las empresas disponen de beneficios adicionales para sus colaboradoras en licencia por embarazo o lactancia, excluyendo las que tienen por ley en el código de trabajo hondureño.
5. Conocer qué tan satisfechas se encuentran las mujeres con las condiciones y beneficios con los que actualmente disponen para la protección de la lactancia.

   Investigar si dentro del desempeño laboral de una mujer al convertirse en madre este sufre algún cambio y si este es positivo o negativo.

IV. MARCO TEÓRICO

Capítulo	Sección	Titulo Capítulo	Objetivos	Preguntas de Investigación	Bibliografías
2	2.4.1.1	Marketing Social	Investigar cómo influye el marketing social enfocada en la lactancia materna en un ambiente laboral dentro del Distrito Central de Honduras.	¿Cómo puede influir una campaña de marketing social enfocada en la lactancia materna en un ambiente laboral?	(Dvoskin, 2004) (Rojas, 2005) (Kotler, 1991) (Vásquez, 2000)
	2.4.2.1	Factores Sociales	Identificar cuáles son los factores sociales que implica ejercer la lactancia fuera de sus hogares.	¿Cuáles son los factores sociales que implica ejercer la lactancia fuera de sus hogares?	(Ferrer, 2014) (Pérez Porto, 2009) (Abbott, y otros, 2018)
	2.4.2.2	Período de Lactancia	Identificar los beneficios actuales que tienen las mujeres en período de lactancia y/o maternidad en las empresas hondureñas.	¿Cuáles son los beneficios actuales que tienen las mujeres en periodo de lactancia y/o maternidad en las empresas hondureñas?	(Becerra-Bulla, 2015) (Almarza, 2010) (Basain Valdés, 2015) (Plus, 2018) (Brahm, 2017)
	2.4.2.3	Espacio para ejercer lactancia	Conocer si las empresas hondureñas en la actualidad tienen a disposición de las madres espacios adecuados para ejercer lactancia en su lugar de trabajo.	¿Las empresas hondureñas en la actualidad tienen a disposición de las madres espacios adecuados para ejercer lactancia en su lugar de trabajo?	(Aguilar, 2016) (UNICEF, 2016) (Garramuño, 2021) (Venerando, 2021) (Rodríguez, 2016) (Rodríguez P. , 2020) (Honduras, 2022) (Ledesma, 2021) (Flores, 2019)
	2.4.2.4	Código de Trabajo Hondureño	Investigar si las empresas disponen de beneficios adicionales para sus colaboradoras en licencia por embarazo o lactancia, excluyendo las que tienen por ley en el código de trabajo hondureño.	¿Las empresas disponen de beneficios adicionales para sus colaboradoras en licencia por embarazo o lactancia, excluyendo las que tienen por ley en el código de trabajo hondureño?	(BBB, 2015) (Morales, 1959) (Nacional, 1959) (Nuñez, 1959) (Legislativo, 2014) (Salud, 2013)
	2.4.2.5	Nivel de Satisfacción	Conocer qué tan satisfechas se encuentran las mujeres con las condiciones y beneficios con los que actualmente disponen para la protección de la lactancia.	¿Qué tan satisfechas se encuentran las mujeres con las condiciones y beneficios con los que actualmente disponen para la protección de la lactancia?	(Pérez Porto J. , 2008) (Pérez Porto J. G., 2011) (Ucha, 2010) (Economia3, 2023)
	2.4.2.6	Desempeño Laboral	Investigar si dentro del desempeño laboral de una mujer al convertirse en madre este sufre algún cambio y si este es positivo o negativo.	¿Dentro del desempeño laboral de una mujer al convertirse en madre este sufre algún cambio? ¿Es este positivo o negativo?	(Pérez Porto J. M., Definicion.de, 2017) (Pérez, 2021) (Real Academia Española, 2023) (SciELO, 2010) (Velásquez, 2023)

Tabla 1. Plantilla de depuración del marco teórico

5.1 Factores Sociales

5.1.1 Definición de Factores

Un factor es un elemento que influye en algo. De esta manera, los factores son los distintos aspectos que intervienen, determinan o influyen para que una cosa sea de un modo concreto. Los factores actúan como causa e inciden en algo, que se convierte en el efecto. Esta relación de causa y efecto no es de tipo lógico o matemático, sino que los factores tienen un nivel de influencia sobre un hecho, pero su determinación no es absoluta. Así, por ejemplo, los hábitos poco saludables son factores negativos para la salud, pero alguien puede estar sano a pesar de tener hábitos no recomendables. (Ferrer, 2014)

5.1.2 Definición de Sociales

Del latín sociālis, social es aquello perteneciente o relativo a la sociedad. Recordemos que se entiende por sociedad al conjunto de individuos que comparten una misma cultura y que interactúan entre sí para conformar una comunidad. En este sentido, lo social puede otorgar un sentido de pertenencia ya que implica algo que se comparte a nivel comunitario. Por ejemplo, la noción de convivencia social se refiere al modo de convivir que tienen los integrantes de una sociedad. Asimismo, nos encontraríamos con la presión social que podemos decir que es aquella influencia contundente que la sociedad ejerce sobre todos y cada uno de los miembros que la componen. (Pérez Porto J. M., Definición.DE, 2009)

5.1.3 Factores Sociales

Los factores sociales significan cómo las relaciones, las características demográficas y las estructuras sociales, como la cultura y el entorno, pueden afectar el perjuicio de los cada uno de los individuos. Los factores sociales constan de actitudes y creencias, la manera en que esto puede perjudicar o mejorar maneras de prevenir o reducir su criterio. Algunos factores sociales pueden proteger a una persona de desarrollar problemas de creencias maternas, mientras que otras pueden aumentar ese riesgo. (Abbott, y otros, 2018)

En el marco de lo anteriormente expresado, se cita que los factores sociales, son todas aquellas conductas, patrones, elementos que influyen y dan guía para que se concluya algo específico, en el contexto de lo social hablamos de lo que involucra a una sociedad determinada, sus costumbres, estilo de vida y cultura. Todas y cada una de estas, pueden ayudar o perjudicar el criterio de las mujeres acerca de su periodo de maternidad o lactancia.

Para efectos de la presente investigación MARKETING SOCIAL PARA LA LACTANCIA MATERNA EN CENTROS DE TRABAJO DENTRO DEL DISTRITO CENTRAL DE HONDURAS, se concluye de la siguiente manera:

- Factores para determinar, conductos que colaboren con la finalidad que se desea lograr en el propósito de la campaña de Marketing Social a través de sus posibilidades dentro de las empresas.
- Uso apropiado de los recursos disponibles dentro de las empresas que faciliten el uso social para las madres en período de lactancia y/o maternidad.
- Medición del nivel de satisfacción de las madres y mujeres en un ambiente laboral según su criterio respecto a estos factores sociales.
- Como estos elementos contribuyen en el entorno laboral.

- Segmentar los factores sociales externos e internos que influyen dentro del ambiente laboral.
- Como las fuerzas externas influyes dentro de la empresa mediante los círculos cercanos de las y los colaboradores (familia, amigos, compañeros de trabajo, comunidad, etc.,) Asimismo los entes gubernamentales.

Todos los factores sociales influyen de manera positiva o negativa ante las madres y mujeres en un entorno laboral, fuera y dentro de este. Así mismo su criterio hacia cómo será su periodo de lactancia, que les espera y como se desarrollará este. El marketing social busca crear un cambio de actitudes, y en la mentalidad de los individuos en cuanto a la lactancia y todo lo que esta implica.

5.2 Marketing Social

5.2.1 Definición de Marketing

El marketing es una disciplina de la ciencia económica cuyo objetivo es potenciar las capacidades de las organizaciones y/o los individuos oferentes de bienes o de servicios que, insatisfechos con una situación competitiva dada, aspiran a pasar a otra más ventajosa. (Dvoskin, 2004)

El concepto de marketing no es una definición sobre lo que es y hace el marketing. Se trata de una forma de pensar, una filosofía de dirección, sobre cómo debe entenderse la relación de intercambio de los productos/servicios de una organización con el mercado. La forma de concebir la actividad de intercambio ha pasado por orientaciones distintas en su evolución, hasta llegar al concepto actual de marketing, en el que se contemplan no solo las necesidades de individuo sino también, las de la sociedad en general. (Vásquez, 2000)

Marketing es el proceso de planificación y ejecución de la concepción, fijación de precios, comunicación, y distribución, de ideas, productos y servicios para crear intercambios que satisfagan a los individuos y a los objetivos de la organización. (Vásquez, 2000)

5.2.2 Marketing Social

El Marketing social considera al trabajador como cliente de la compañía del que hay que conocer sus expectativas de acción, sus deseos y sus preferencias para que no se den los fracasos de una política social no real. (Rojas, 2005)

El Marketing social se construye alrededor del conocimiento obtenido en las prácticas empresariales: el establecimiento de objetivos medibles, la investigación sobre las necesidades humanas, la adscripción de productos a grupos especializados de consumidores, la tecnología del posicionamiento de productos ajustados a las necesidades y los deseos humanos y la comunicación eficaz de sus beneficios, la vigilancia constante de los cambios en el entorno y la capacidad de adaptarse al cambio. (Kotler, 1991)

El marketing social apunta a uno o más grupos de adoptantes objetivo. El marketing social requiere el conocimiento de cada grupo de adoptantes objetivo, incluyendo sus:

1. Características socio-demográficas (atributos externos de clase social, renta, educación, edad, dimensión familiar y otros);

2. Perfil psicológico (atributos internos como actitudes, valores, motivación y personalidad),

3. Características conductuales (esquemas de conducta, hábitos de compra y características de toma de decisión).

Conocer a los adoptantes objetivos en las tres áreas relacionadas capacita al agente de marketing social para hacer predicciones más seguras. A su vez, las predicciones son requisito previo para la capacidad de influir a través de los resultados. Además de diferenciar y seleccionar los grupos de adoptantes objetivos, el agente de marketing social identificará los grupos detentadores de influencia que pueden afectar al éxito del programa. Estos grupos pueden clasificarse como sigue:

- Grupos que conceden su permiso, como los entes reguladores cuya autorización legal o permiso pueda ser necesario para que se inicie o establezca la distribución del programa.
- Grupos de apoyo, como los médicos y otro personal sanitario, cuya participación o apoyo son necesarios para la disponibilidad de servicios en un programa cívico de distribución de anticonceptivos.
- Grupos de oposición, como las comunidades religiosas cuya no oposición o tolerancia a la distribución del programa puede ser necesaria.
- Grupos de evaluación, como los comités legislativos cuya evaluación a posteriori del programa puede tener efectos beneficiosos o adversos sobre el programa de distribución.

Un programa eficaz de marketing social requiere del conocimiento de las características de cada grupo de influencia, y ha de abordar las necesidades de cada uno de ellos como una estrategia apropiada «de gran marketing». (Kotler, 1991)

El marketing social busca un cambio significativo en las actitudes y comportamientos de las personas, al intentar lograr estos objetivos se encuentran muchos obstáculos ya sean culturales o propios del individuo. El período de lactancia tiene un gran impacto en la sociedad, esto es vital para muchos de los procesos en el ser humano en sus primeros momentos de vida, y sus beneficios y/o las consecuencias de no practicarla se extienden a más que solamente el desarrollo físico de los lactantes.

5.3 Período de Lactancia

La lactancia materna no solamente tiene beneficios para el infante, sino que también para la madre, en tanto que se la ha relacionado con la activación de cadenas de señalización de leptina, las cuales disminuyen los riesgos de enfermedades como hipertensión, obesidad, cáncer y depresión, entre otras. (Becerra-Bulla, 2015)

La lactancia materna ha sido durante miles de años el modo de alimentación que garantiza la supervivencia del género humano. En los últimos años se produce un cambio importante en el concepto de alimentación en el niño menor de 1 año. La lactancia materna adquiere la dimensión que le corresponde, y la introducción de alimentos sólidos y de otro tipo se contempla hoy en día más racionalmente. (Basain Valdés, 2015)

La superioridad de la lactancia materna natural respecto a otros métodos de alimentación es bien conocida. La lactancia materna es el alimento ideal para el niño durante los primeros 4 a 6 meses de vida y sigue siendo, durante mucho tiempo, fuente importante de proteínas y de otros nutrientes, aún después de iniciarse la administración de alimentos complementarios. A las ventajas nutricionales de la lactancia materna se añade, que contribuye a disminuir la frecuencia y gravedad de los estados alérgicos en el lactante. Además le confiere protección inmunológica contra las infecciones y a la vez reduce la morbilidad y la mortalidad infantil. (Plus, 2018)

5.3.1 Leptina

La leptina se asocia al control del apetito y a la regulación del gasto energético; además, cumple con otras funciones diversas en el organismo, por ejemplo en la lactancia materna, la cual ha sido poco estudiada y requiere más estudios al respecto. (Becerra-Bulla, 2015)

5.3.2 Períodos de la alimentación infantil

El lactante es el niño que se alimenta fundamentalmente de leche. Comprende la edad que va desde 1 mes a 12 meses. Los "periodos de la alimentación del niño", como definió el Comité de Nutrición de la Academia Americana de Pediatría en 1982, son tres:

— Periodo de lactancia. Comprende los 4-6 primeros meses de vida, durante los cuales su alimento debe ser de forma exclusiva la leche materna, y en su defecto, las fórmulas para lactantes.

— Periodo transicional. Integra el segundo semestre de vida, hasta cumplir un año. En él se inicia la diversificación alimentaria (DA) o alimentación complementaria, introduciendo alimentos distintos a la leche materna o fórmula.

— Periodo de adulto modificado. Abarca la edad preescolar y la escolar hasta los 7-8 años de edad. En este periodo el niño va adoptando una alimentación progresivamente más parecida a la de los adultos, y gradualmente a una dieta que proporcione un 30% de la energía total en forma de grasa, y de ésta un tercio en forma de grasa saturada.

El establecimiento de estos periodos responde a las características propias de cada edad, en cuanto a requerimientos energéticos y maduración funcional, hábitos familiares y culturales. (Almarza, 2010)

Ilustración 2. Períodos de la alimentación infantil

5.3.3 Lactancia Materna

La superioridad de la leche materna sobre cualquier otro alimento hace que deba ser el alimento aconsejado y recomendado para el recién nacido y lactante sano durante los 4-6 primeros meses de vida, ya que su composición se adapta a las limitaciones fisiológicas del tubo digestivo, del metabolismo intermediario y de la función renal, aportando además una serie de ventajas nutricionales, inmunológicas, psicológicas y económicas. (Almarza, 2010)

El inicio de la lactancia debe ser precoz, en las primeras horas del posparto, evitando tomas de suero o biberones, incluso inmediatamente después del parto. Ello favorece el contacto madre-hijo y el primer estímulo para la secreción láctea. El tipo de lactancia materna puede ser a "demanda" o controlada. Parece tener más ventajas la lactancia a demanda, al menos en el primer mes, pero ello puede crear a veces una situación de ansiedad materna creyendo que el niño no queda satisfecho. Puede ofrecerse al niño en cada mamada uno o los dos pechos, comenzando, si son los dos, por el último que ha tomado. El tiempo de cada teta debe ser de 15 a 20 minutos, pues el 90-95% de la leche se obtiene en los 5 primeros minutos. (Almarza, 2010)

5.3.4 Beneficios de la lactancia materna para el niño

La LME, definida como la alimentación del lactante sólo con leche materna sin inclusión de sólidos ni otros líquidos ha demostrado disminuir el riesgo de infecciones gastrointestinales. Cualquier volumen de LM es protector, ésta se asocia a un 64% de reducción de la incidencia de infecciones gastrointestinales inespecíficas, y además existe un efecto protector residual hasta dos meses después de suspendida la lactancia. Por otra parte, aquellos lactantes alimentados con fórmula exclusiva presentan un incremento del 80% en el riesgo de presentar diarrea. Los lactantes alimentados con LM durante el primer año de vida presentan un 30% menos de riesgo de enfermar de diarrea por rotavirus, y además ha sido descrita como un factor protector contra la infección por Giardia tanto sintomática como asintomática. La frecuencia de diarrea prolongada también es menor en aquellos lactantes amamantados. Una revisión sistemática (RS) que evaluó el riesgo de presentar infecciones gastrointestinales inespecíficas en niños menores de un año de países desarrollados, reportó que aquellos niños alimentados con LM tenían menor riesgo de presentarlas. (Brahm, 2017)

Respecto a la enfermedad febril aguda, existe una correlación inversa entre la LM y ésta durante los primeros meses de vida. Específicamente en relación a los neonatos, se ha observado que la LME o predominante es un factor protector de hospitalización por esta causa. En relación a las infecciones respiratorias, comparado con aquellos niños con LME durante los primeros seis meses de vida, los niños no amamantados presentan casi quince veces más mortalidad por neumonía. Y los niños entre los seis y veintitrés meses alimentados con fórmula complementada, presentan el doble de mortalidad por neumonía, que aquellos que mantuvieron la lactancia complementada hasta los dos años de vida. El riesgo de hospitalización por infección respiratoria baja durante el primer año de vida disminuye un 72% en niños alimentados con LME por al menos 4 meses. La severidad de la bronquiolitis por virus sincicial es un 74% menor en aquellos niños con LME por al menos 4 meses comparado con aquellos

niños alimentados con lactancia parcial o fórmula exclusiva. Por otra parte, los niños alimentados con cualquier volumen de leche materna tienen 23% menos riesgo de presentar otitis media aguda, y la LME por al menos tres meses disminuye el riesgo de ésta en un 50%, este riesgo es de 63% si se prolonga hasta los seis meses. Estos resultados también son válidos para niños que viven en países desarrollados. (Brahm, 2017)

El periodo de lactancia de una madre y un infante tienen una fecha de inicio al momento de dar a luz, pero no hay una fecha determinada para la finalización de esta. Esto quiere decir que durante el periodo postparto la madre que se encuentra en un periodo de incapacidad tiene las posibilidades de ejercer la lactancia con todas las comodidades que su hogar pueda brindarle, una vez retornando a laborar; la madre debe modificar sus horarios de extracción y de alimentación a su bebe de acuerdo con las posibilidades que su trabajo le permita. Si las madres cuentan con un espacio para ejercer lactancia, cuenta la opción de seguir lactando a su bebe por un periodo más prolongado de tiempo.

5.4 Espacio para ejercer lactancia

Los Espacios para ejercer lactancia es clave para el desarrollo integral del niño, su madre y la sociedad y, como consecuencia, las empresas también cumplen un rol importante para proteger y promover que esto suceda en las mejores condiciones de ser posible, las mujeres que trabajan deben encontrar en su empresa y compañeros de trabajo el apoyo y la compresión necesaria que les permitan continuar con la lactancia materna al retornar al trabajo. (Ledesma, 2021)

Contar con una sala o espacio para ejercer lactancia trae múltiples beneficios también para la empresa, está demostrado que se logra una mayor satisfacción laboral, incrementando el rendimiento al sentirse la madre más motiva y contenta, aumenta la retención de trabajadoras disminuyendo también la rotación del personal calificado, reduce el ausentismo y permisos para consultas médicas, entre otros. (Ledesma, 2021)

5.4.1 Concepto General

Una sala de lactancia es un área asignada, digna, privada, higiénica y accesible para que las mujeres en periodo de lactancia amamanten o extraigan y conserven adecuadamente su leche durante su jornada laboral. Todo ello con el objetivo de dar continuidad a la alimentación materna.

Se recomienda asignar un área amplia. El tamaño de esta dependerá del número de mujeres en edad fértil y las condiciones de espacio físico de cada empresa. Lo importante es contar con el espacio y equipamiento necesario para las madres en periodo de lactación. (Aguilar, 2016)

Ilustración 3. Espacio para ejercer lactancia

Es frecuente que las madres estén considerando dejar de amamantar a sus bebes porque deben regresar a sus lugares de trabajo o seguir estudiando, es por ellos que muy importante que las madres conozcan la forma que continuar amamantando a sus bebes a pesar de que estén separados, y también que los centros de trabajo o estudio sepan cómo apoyar en este sentido a las madres. (UNICEF, 2016)

5.4.2 Impacto de no Contar con Espacio De Lactancia Materna

Xóchitl es una madre trabajadora, un mes después de dar a luz regreso a trabajar, prácticamente ejercer la lactancia fue una tarea titánica: por las menos dos veces al día debía pedir a la recepcionista la lave de un baño más o menos escondido, donde, sin las condiciones sanitarias básicas, se extraía la leche y la guardaba en un frasco, ya que su centro de trabajo no cuenta siquiera con un refrigeradores, por lo que metía los frascos en una lonchera termina. Hace unos días su bebe cumplió seis meses y Xóchitl dejo de amamantar. (Flores, 2019)

Ilustración 4. Espacio para ejercer lactancia

De acuerdo con (Zaltzman), muchas mujeres trabajadoras dejan de extraerse leche porque resulta muy complicado, debido a la falta de condiciones que sus centros de trabajos no cuentan con espacios para ejercer la lactancia de una manera sana y segura, la mayor parte lo hacen en un baño, donde no hay suficiente higiene, aparte, no cuentan con un refrigerador donde puedan guardar los frascos de leche; arriesgándose a dar leche contaminada o echada a perder a sus hijos. Por eso con el objetivo de ofrecer espacios para ejercer lactancia adecuados para sus colaboradoras, algunas grandes empresas como lo es Laboratorios Liomont, Grupo Salinas y Google, han habilitado salas dentro de sus instalaciones para que las madres puedan extraer leche en condiciones óptimas. (Flores, 2019)

5.4.3 Importancia de Espacios De Lactancia Materna

La iniciativa de espacios de lactancia surge de la OMS-Unicef y busca implementar medidas que protejan, promuevan y apoyen la lactancia materna, una de las prácticas más efectivas para la reducción de la mortalidad. (Garramuño, 2021)

Ilustración 5. Espacio para ejercer lactancia

La importancia de que estos espacios funcionen es fundamental el trabajo de vinculación entre Salud y las demás instituciones para implementar proyectos que beneficien a las madres y a sus hijos, Desde Salud buscamos fortalecer la lactancia materna exclusiva hasta los dos años de edad, porque la lactancia materna es vital para cualquier niño. (Venerando, 2021)

5.4.4 Beneficios de Contar con Espacios para Ejercer Lactancia

1. Disminución de ausentismo laboral.

2. Aseguramiento de la reincorporación al trabajo posterior a la licencia de maternidad.

3. Mayor compromiso y sentido de pertenencia de las colaboradoras al brindarles facilidades para continuar alimentación a sus bebes.

4. Mejoramiento de la empresa ante la sociedad por mostrar interés en el bienestar de las colaboradoras y sus familias.

5. Incremento de satisfacción de las empresas al momento de combinar la maternidad y el empleo. (Rodriguez, 2019)

5.4.5 Empresa Hondureña con implementación de Espacios para Ejercer Lactancia Materna.

World Vision Honduras es una organización humanitaria dedicada a trabajar con la niñez, las familias y las comunidades para reducir la pobreza y la injusticia, promoviendo la transformación y desarrollo humano. Desde sus inicios en 1974, World Vision Honduras contribuye al desarrollo sostenible del país, a través del Desarrollo Transformador que incluye el fortalecimiento de las capacidades locales con un enfoque integral, además del trabajo en áreas de educación, salud y desarrollo económico. Realiza acciones de prevención, emergencia y rehabilitación mediante el desarrollo permanente de un sistema de mitigación, preparación respuesta y recuperación ante emergencias y desastres (Rodriguez P. , 2020)

Las mujeres con niños son segmento de más rápido crecimiento entre el personal, hacer un equilibrio entre la familia y el trabajo es de gran importancia para todas las empleadas, con el objetivo de instalar y administrar un espacio funcional de lactancia organización y con la finalidad que las mujeres miembros de la organización cuenten con un espacio seguro y privado donde ejercer lactancia materna o extraer su leche materna asegurando la adecuada preservación (Honduras, 2022)

Por lo anterior World Vision Honduras Establece:

1. Un Espacio amigable para la niñez y ejercer lactancia materna.

2. Brindar al personal en etapa de embarazo asesoría en lactancia materna y banco de leche para que pueda reincorporarse a las actividades laborales y al mismo tiempo sus hijos/as puedan continuar con los beneficios de la leche materna (Honduras, 2022)

Conociendo todo lo que engloba al tener un espacio adecuado para ejercer la lactancia, tanto como para la madre, el infante y las empresas, se cumplen ciertos requerimientos legales para que todo se cumpla de una manera más óptima para todas las partes involucradas, es por ello que dentro del Código de trabajo hondureño se contemplan ciertos artículos y leyes destinados a la protección de este derecho y sobre los cuales el patrono y el empleado deben tener pleno conocimiento para velar por el cumplimiento del mismo.

5.5 Código de Trabajo Hondureño

El Código del Trabajo de Honduras, fue emitido por el Congreso Nacional de Honduras mediante Decreto No. 189, y publicado en el órgano oficial La Gaceta (Honduras) en sus ediciones números 16,827 y 16,834 de fecha 15 al 23 de julio de 1959. (BBB, 2015)

5.5.1 Artículo 1

En el presente código se regula las relaciones que tiene entre el capital y el trabajo, colocándolos sobre una base de justicia social a fin de garantizar al trabajador las condiciones necesarias para una vida normal y al capital una compensación equitativa de su inversión. (Morales, 1959)

5.5.2 Artículo 18

Los casos no previstos por este Código, por sus reglamentos o por las demás leyes relativas al trabajo, se deben resolver, en primer término, de acuerdo con los principios del Derecho del Trabajo; en segundo lugar, de acuerdo con la equidad, la costumbre o el uso locales, en armonía con dichos principios; y por último, de acuerdo con las disposiciones contenidas en los convenios y recomendaciones de la Organización Internacional del Trabajo, y los principios del derecho común, jurisprudencia y doctrina. (Nacional, 1959)

5.5.3 Artículo 135

Toda trabajadora en estado de gravidez gozará de descanso forzoso, retribuido del mismo modo que su trabajo, durante las cuatro (4) semanas que precedan al parto y las seis (6) que le sigan, y conservará el empleo y todos los derechos correspondientes a su contrato de trabajo.

Si se tratare de un salario que no sea fijo, como en el caso de trabajos a destajo o por tarea, se tomará en cuenta el salario promedio devengado por la trabajadora en el último año de servicio, o en todo el tiempo si fuere menor. (Morales., 1959)

Para los efectos del descanso de que trata este artículo, la trabajadora debe presentar al patrono un certificado médico, en el cual debe constar:

a) El estado de embarazo de la trabajadora;

b) La indicación del día probable del parto; y

c) La indicación del día desde el cual debe empezar el descanso, teniendo en cuenta que, por lo menos, ha de iniciarse cuatro (4) semanas antes del parto.

Todo médico que desempeñe algún cargo remunerado por el Estado o por sus instituciones, deberá expedir gratuitamente este certificado, a cuya presentación el patrono dará un acuse de recibo para los efectos legales. (Núñez, 1959)

5.5.4 Ley de Fomento y protección de la Lactancia Materna.

Las prácticas de alimentación inapropiada de lactantes, niñas y niños pequeños y sus consecuencias son grandes obstáculos al desarrollo socioeconómico y a la reducción de la pobreza, basadas en las pruebas científicas son indispensables para alcanzar y mantener una nutrición y una salud adecuada (OSORIO, 2014), los métodos más racional y económico para obtener la alimentación apropiada de lactantes, niñas y niños pequeños para lograr el fin y los objetivos de la Estrategia Mundial de Alimentación del Lactante y Niño pequeño es la lactancia materna. El estado debe adoptar, ejecutar y promover el método más racional y económico para lograr la alimentación apropiada del lactante, niña y niño pequeño. (Legislativo, 2014)

5.5.5 Comisión Nacional De Lactancia Materna Y Alimentación Complementaria de Honduras (CONALMA).

5.5.5.1 Articulo 8

Crease la Comisión Nacional De Lactancia Materna y Alimentación Complementaria de Honduras (CONALMA), como un órgano permanente, adscrito a la Secretaría de Estado en Despacho de Salud.

2) Secretaría de Estado en los Despachos de Industria y Comercio;

3) Secretaría de Estado en los Despacho de Trabajo y Seguridad Social;

4) Ministerio Público;

5) Colegio Médico de Honduras;

6) Instituto Nacional de la Mujer (INAM);

7) Instituto Hondureño de la Niñez y la Familia (IHNFA);

8) Instituto Hondureño de Seguridad Social (IHSS);

9) Patronato Nacional de la Infancia (PANI).

Las Instituciones integrantes de la CONALMA, deben elaborar un plan de acción de esta Comisión y velar por el cumplimiento de la defensa de lo que establece los artículos de la Lactancia materna y alimentación, esto facilitando su gestión al más alto nivel social y político. Deben de rendir un informe anual de su quehacer al presidente de la Republica. (Salud, 2013)

Dentro de los diferentes artículos y códigos que rigen las leyes de Honduras, las empresas están en la obligación de velar por los derechos que sus colaboradoras merecen para que el nivel de satisfacción sea el más eficiente en el entorno laboral, y por medio de las distintas leyes se obtienen resultados favorables, ya que, de esto dependerá el rendimiento laboral, para que sus colaboradoras se sientan más cómodas ejerciendo ambos roles, madres sin descuidar su vida profesional.

5.6 Nivel de Satisfacción

5.6.1 Definición de Nivel

El vocablo nivel se utiliza para describir la horizontalidad de una determinada cosa. Por ejemplo, puede reconocerse a un nivel como la altura a la que llega algo o a la que ha sido ubicado. También se acepta como la altura máxima que alcanza la superficie de una sustancia líquida (de allí, por ejemplo, que sea habitual decir frases como “el nivel del río ha crecido”). Otras acepciones que, según la Real Academia Española (RAE), están asociadas a la idea de nivel son la que define a esta palabra como la medida de una cantidad en relación a una escala específica (“nivel de azúcar en sangre”); la que la presenta como sinónimo de categoría, escalafón o rango (“es un jugador de excelente nivel”); aquella que lo admite como el nombre que se le otorga al instrumento que permite descubrir la diferencia o igualdad de altura que puede existir entre dos puntos; aquella que habla de nivel como la semejanza o similitud en cualquier línea o especie; y la que lo presenta como el grado o altura que se logra en determinadas cuestiones del ámbito social (“se trata de una persona de buen nivel cultural”). Cabe resaltar que un nivel también es una herramienta de medición que resulta útil para comprobar la horizontalidad o verticalidad de cualquier pieza. Hoy en día hay niveles de distintos tipos que son empleados con frecuencia por agrimensores, albañiles, carpinteros y herreros, entre otros trabajadores. (Pérez Porto J. , 2008)

5.6.2 Definición de Satisfacción

Satisfacción, del latín satisfactio, es la acción y efecto de satisfacer o satisfacerse. Este verbo refiere a pagar lo que se debe, saciar un apetito, sosegar las pasiones del ánimo, cumplir con ciertas exigencias, premiar un mérito o deshacer un agravio. La satisfacción, por lo tanto, puede ser la acción o razón con que se responde a una queja o razón contraria. Por ejemplo: "Con esta entrega, hemos cumplido con la satisfacción de su pedido", "Vamos a obsequiarle una camiseta para satisfacer sus requerimientos", "La empresa invierte millones de dólares al año en la satisfacción de las necesidades de sus clientes", "No hay satisfacción que valga para hacer olvidar este mal momento". (Pérez Porto J. G., 2011)

El concepto que nos ocupa dispone de una utilización recurrente en nuestra lengua, y dependiendo del contexto en el cual se la emplee, la palabra satisfacción referirá diversas cuestiones. Uno de los usos más difundidos del término es aquel que refiere gusto, placer o alegría que un individuo experimenta, siente, por algo o alguien. "Ver cómo prospera día a día su negocio es su máxima satisfacción." "Comer una barra de chocolate todas las noches es una satisfacción".

Cuando alguien siente satisfacción por algo hecho, cumpliendo por caso sus expectativas, deseos, objetivos, entre otros, se sentirá indefectiblemente una gratificación. La felicidad del deber cumplido como se dice popularmente. (Ucha, 2010)

5.6.3 Nivel de Satisfacción

Se sabe que el nivel es una medición de algo y la satisfacción es que tan alegre una persona se encuentre, por lo que el nivel de satisfacción es la medición de la alegría de uno o varios individuos.

Si nos vamos a un entorno laboral, el nivel de satisfacción lo definimos de la siguiente manera; La satisfacción laboral es un estado de autocomplacencia que experimenta una persona, con respecto a su trabajo o ambiente laboral. Este sentimiento incluye la percepción del empleado sobre el entorno de trabajo y su propio rendimiento, así como sus expectativas profesionales. La satisfacción laboral es el grado de conformidad, en que a uno le gusta o no le gusta su trabajo. Es una evaluación subjetiva del propio trabajo y refleja el nivel de satisfacción de un empleado con su trayectoria profesional actual, su salario, sus beneficios y sus oportunidades de crecimiento. Por otro lado, la satisfacción laboral es un factor determinante en el éxito de cualquier tipo de organización. Ayuda a mantener a los empleados contentos y motivados, para que puedan rendir al máximo. También, puede definirse como una combinación de factores que contribuyen a la felicidad en el trabajo. Estos factores pueden dividirse en 3 categorías:

- Naturaleza del trabajo (contenido del trabajo).
- Características de la persona (personalidad).
- Relaciones laborales (entre usted, sus compañeros y su supervisor).

La mejor manera de medir la satisfacción laboral es mediante una encuesta. Es la forma más económica y eficaz de averiguar lo que la gente piensa realmente de su trabajo. Las encuestas pueden realizarse en línea o fuera de línea, según el tiempo y el dinero de que disponga para la investigación. También se pueden hacer grupos de discusión o entrevistas con los empleados para saber si están contentos con sus funciones en la empresa. Estos métodos no solamente darán una idea de si hay problemas de insatisfacción de los empleados en general, sino que también pueden ayudarle a determinar exactamente dónde están esos problemas. Es decir, qué departamentos parecen estar descontentos. (Economia3, 2023)

Dentro de una empresa siempre existirán niveles de satisfacción y es labor del área de recursos humanos, que dicha medición sea favorable, ya que, de esta depende el desempeño de sus colaboradores.

Con un número importante de participación del género femenino en el sector laboral y por ser estas las que tienen una licencia especial por maternidad y lactancia, las empresas se ven obligadas a generar una mayor satisfacción en las mujeres mediante este beneficio, otorgando así adicionales a los que por ley del código de trabajo hondureño obligada a cada una de estas. Dentro de los centros de trabajo muchas empresas han acomodado espacios únicos para ejercer labor de lactancia durante su jornada de trabajo, asimismo beneficios únicos que permiten estar mayor tiempo con sus hijos, como ser, adecuación de las horas de lactancia en días, otorgar días adicionales a los del pre y post parto, creación de una estructura de trabajo hibrida, que permite ejercer sus funciones de trabajo desde sus hogares, entre otros. Todo lo anteriormente expuesto contribuye a los niveles de satisfacción de las mujeres madres empleadas de las empresas. Dicho nivel de satisfacción se ve reflejado en el desempeño laboral que esta madre brinda a la empresa como retribución de los antes otorgado.

5.7 Desempeño Laboral

5.7.1 Definición de Desempeño

Para descubrir el significado del término desempeño se hace necesario, en primer lugar, conocer su origen etimológico. En este caso, podemos exponer que es una palabra que deriva del latín, exactamente es fruto de la suma de tres componentes diferenciados de dicho idioma:

-El prefijo “des-”, que significa “de arriba hacia abajo”.

-El prefijo “in-”, que es sinónimo de “hacia dentro”.

-El sustantivo “pigno”, que puede traducirse como “prenda”.

Desempeño es el acto y la consecuencia de desempeñar: cumplir una obligación, realizar una actividad, dedicarse a una tarea. Esta acción también puede vincularse a la representación de un papel. Por ejemplo: “El desempeño del tenista australiano no fue bueno y quedó eliminado en la primera ronda del torneo”, “El jefe me informó que van a analizar mi desempeño en la empresa antes de tomar una decisión”, “El mecánico me recomendó cambiar el aceite para mejorar el desempeño del motor”. (Pérez Porto J. M., Definicion.de, 2017)

5.7.2 Definición de laboral

Adj. Perteneciente o relativo al trabajo, en su aspecto económico, jurídico y social. (Real Academia Española, 2023)

Laboral es un adjetivo con el que se clasifica y relaciona una actividad determinada con eventos en los que se manifiesta un interés o propósito de un conjunto de personas por desarrollar un producto, prestar un servicio o completar las metas de un sistema administrativo. En pocas palabras, lo laboral es aquello que tiene que ver con el trabajo. Existen casos en los que el término laboral no está directamente relacionado con la relación entre un jefe y un empleado, sino que más bien complementa de alguna forma esta conexión social. El término es definido como un adjetivo que se aplica para referirse a la ejecución de actividades vinculadas con el trabajo o empleo. Las últimas palabras se conceptualizan como una actividad bien sea intelectual o física que, al ejecutarla, hace que la persona reciba una remuneración dentro del marco de una institución, actividad u organización social. (Pérez, 2021)

5.7.3 Desempeño Laboral

El desempeño laboral es el rendimiento que un trabajador refleja al momento de realizar las actividades que se le asignan. De esta manera, se considera si la persona es apta o no para el puesto asignado. Se trata de la eficacia, la calidad y la eficiencia de su trabajo. (Velásquez, 2023)

El desempeño también contribuye a nuestra evaluación del valor de un empleado para la organización. Cada empleado es una inversión importante para una empresa, por lo que su rendimiento debe ser significativo

El desempeño de los empleados siempre ha sido considerado como la piedra angular para desarrollar la efectividad y éxito de una organización; por tal razón existe en la actualidad total interés para los gerentes de recursos humanos los aspectos que permitan no solo medirlo sino también mejorarlo. En este sentido, el desempeño son aquellas acciones o comportamientos observados en los empleados que son relevantes para los objetivos de la organización, y pueden ser medidos en términos de las competencias de cada individuo y su nivel de contribución a la empresa. Este desempeño puede ser exitoso o no, dependiendo de un conjunto de características que muchas veces se manifiestan a través de la conducta. Al respecto, Robbins (2004) vincula el desempeño con la capacidad de coordinar y organizar las actividades que al integrarse modelan el comportamiento de las personas involucradas en el proceso productivo.

Por su parte, Faria (1995) considera el desempeño laboral como el resultado del comportamiento de los trabajadores frente al contenido de su cargo, sus atribuciones, tareas y actividades, depende de un proceso de mediación o regulación entre él y la empresa. En este contexto, resulta importante brindar estabilidad laboral a los trabajadores que ingresan a las empresas tratando de ofrecerles los más adecuados beneficios según sea el caso, acorde al puesto que va a ocupar. De eso depende un mejor desempeño laboral, el cual ha sido considerado como elemento fundamental para medir la efectividad y éxito de una organización. La estabilidad laboral genera a la persona tranquilidad, salud, motivación y buen estado emocional. En estas condiciones el individuo está dispuesto a dar más y enfocarse hacia otros horizontes que lo lleven a mejorar su posición tanto en la organización como en la sociedad. (SciELO, 2010)

Por lo antes expresado, se dice que el desempeño laboral de una mujer o madre dentro de una empresa puede verse afectado por todos los factores y condiciones que la misma le extienda en su período de maternidad y/ o lactancia. Si ellas están satisfechas y conformes con estos, su desempeño laboral será realmente productivo y favorable, de lo contrario, si sus condiciones no son aptas, son desfavorables e injustas, asimismo la empresa se verá sumamente afectada, ya que, en dichas condiciones sus empleados trabajaran de manera semejante y siendo pocos productivos, lo que repercute en un incremento de costos, resultados no deseados, perdidas entre otros para la organización.

Dependiendo del nivel de satisfacción con el que cuenten sus empleados, así será la cantidad de resultados con que la empresa puede contar, es decir, entre más alta es la satisfacción de los beneficios que las mismas otorguen a sus colaboradores, así serán los resultados que la empresa obtendrá de todos ellos. A más alta satisfacción, mayores resultados, entre menos satisfacción, menos resultados.

V. METODOLOGÍA

5.1 Enfoque y métodos

5.1.1 Enfoque

La presente investigación tiene un enfoque mixto ya que se mezclan datos cuantitativos y cualitativos para la obtención de datos asertivos dentro del análisis. Al mencionar el Marketing Social como apoyo para promover la lactancia materna en centros de trabajo dentro del Distrito Central de Honduras, se entiende que existen dos parte interesadas; por un lado; las madres lactantes que requieren de espacios apropiados donde ejercer la lactancia para seguir con su labor como madre, sin descuidar su vida laboral; por otro lado; las empresas que brindan beneficios a sus colaboradoras en apoyando a un mejor rendimiento laboral e instalaciones idóneas donde realizar esta especial acción.

5.1.2 Métodos

La presente investigación tiene un método no experimental, debido a que no se manipularán las variables de estudio, ya que se describen diferentes situaciones, permitiendo un mejor control de los resultados.

5.1.3 Estudio

En la presente investigación se realizará un estudio de carácter descriptivo, debido a que se describirán ciertos fenómenos afectan la situaciones, también se describirán procesos, características, de un hecho o evento.

5.1.4 Diseño

En la investigación se utilizará el diseño transversal simple, ya que la recolección de datos es única y exclusiva, únicamente correspondiente al periodo de tiempo entre el mes de enero y el mes de marzo del año 2023.

5.2 Población y muestra

La muestra de la investigación se divide en dos segmentos, encuestas al consumidor final y entrevistas a profundidad a Gerentes de Recursos Humanos en empresas del Distrito Central.

5.2.1 Población y muestra para mujeres en período de lactancia y/o maternidad que actualmente estén laborando

Para determinar la muestra de las mujeres en período de lactancia, la encuesta se aplicará a mujeres en edad de 19 a 39 años ya que aún se encuentran en edades donde tienen probabilidades de estar en periodo de embarazo y lactancia. Además de esto deben ser económicamente activas y encontrarse en período de lactancia. Se recolectaron datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), donde muestran un total de la población en el Distrito Central de 1,259,646 personas de las cuales 849,925 se encuentran dentro de la población económicamente activa (PEA) y de las cuales 454,009 son mujeres. De acuerdo con el tamaño de la población se determina que el tamaño de la muestra es de 384 encuestas. La fórmula utilizada fue la siguiente:

***N*=** Total de la población= 454,009

***z*=** Nivel de confianza deseado= 95% (1.96)

***p*=** margen de error= 5% (0.05)

***q*=** 1 – p (1 – 0.05 = 0.95)

***e*=** error muestral= 0.05

n= 384

Desarrollo:

$$n = \frac{z^2 (p \times q)}{e^2 + \frac{(z^2 (p \times q))}{N}}$$

$$n = \frac{1.96^2 (0.05 \times 0.95)}{0.05^2 + \frac{1.96^2 (0.05 \times 0.95)}{454{,}009}}$$

5.2.2 Población y muestra para empresas

Una de las unidades de análisis de la presente investigación son todas aquellas empresas donde contengan Gerentes de Recursos Humanos, en donde la muestra se limita a un porcentaje representativo del total de empresas en el Distrito Central.

Para determinar la muestra, se aplicará una entrevista a profundidad, el muestreo es por conveniencia en el cual se pregunta solo a personas conocidas que este dispuestas a responder la entrevista, para recabar información necesaria, el cual deberán ser Gerentes de Recursos Humanos.

Se aplicarán 5 entrevistas a profundidad a la siguiente clasificación:

1. Gerentes de Recursos Humanos

5.3 Unidad de análisis y respuesta

La unidad de análisis y respuesta está conformada por las siguientes categorías y entidades:

- De las personas conocidas como público objetivo: madres en período de lactancia y/ o maternidad que actualmente se encuentren laborando.
- De personas expertas en el campo de recursos humanos dentro de las empresas hondureñas en el Distrito Central, Francisco Morazán.

5.4 Técnicas e instrumentos aplicados

5.4.1 Encuesta

La encuesta es el método utilizado para obtener información de manera directa y es aplicada a la muestra que nos da dicho estudio, en la cual se sabe de primera mano el conocimiento que tengan sobre MARKETING SOCIAL PARA LA LACTANCIA MATERNA EN CENTROS DE TRABAJO DENTRO DEL DISTRITO CENTRAL DE HONDURAS y su grado de satisfacción ante dicho tema.

La encuesta está conformada de una serie de preguntas que buscan indagar sobre dicho tema, misma busca entrevistar a:

- Mujeres que estén en período de lactancia y/ o maternidad.
- Edad: mayor de 19 años y menores de 40.
- Nivel socioeconómico: económicamente activo
- Residentes del Distrito Central de Honduras, Francisco Morazán.

La aplicación de la encuesta se realizará de manera virtual, en el mes de marzo del presente año.

5.4.2 Entrevista

La entrevista que se aplicará para efectos de la investigación será a profundidad, misma que será aplicada a conveniencia y disposición de los entrevistados, dando la facilidad de llevarla a cabo mediante reuniones por Zoom, Teams, Goog Meet, entre otros. Asimismo, se realizará algunas entrevistas de manera presencial siempre y cuando el entrevistado y la empresa así lo permitan. Dichas entrevistas van dirigidas a los Gerentes de RRHH de las empresas hondureñas en el Distrito Central, Francisco Morazán.

Con la finalidad de conocer sobre el Marketing social para la lactancia materna en centros de trabajo y todo lo que esto conlleva, saber si se tienen espacios adecuados para poder ejercer la lactancia, si poseen beneficios adicionales para las madres, si al ejercer la labor materna el desempeño laboral sufre algún cambio y demás.

5.5 Fuentes de información

5.5.1 Fuentes primarias

El presente trabajo hará uso de fuentes primarias con el objetivo de recolectar información relevante que sustenten y respalden la investigación. Por lo cual se utilizarán las siguientes fuentes de datos primarios.

- Encuestas.
- Entrevistas a profundidad.

5.5.2 Fuentes secundarias

La presente investigación enriquece su contenido de manera general y de algunos conceptos específicos de fuentes secundarias, sustentado así de otras investigaciones, estudios, noticias, libros, revistas, diccionarios y sitios webs. Todos y cada uno de estos debidamente citados.

5.6 Cronología de Trabajo

Ilustración 6. Diseño de la investigación

Operacionalización de Variables

Variable	Definición Operacional	Objetivo	Dimensión	Tipo	Escala	Indicador	Fuente de Verificación
Marketing Social	Aplicación de las tecnologías propias del marketing comercial al análisis, planificación, ejecución y evaluación de programas diseñados para influir en el comportamiento voluntario de los grupos sociales o poblaciones en general con el fin de mejorar su bienestar personal y social.	Investigar cómo influye el marketing social enfocada en la lactancia materna en un ambiente laboral dentro del Distrito Central de Honduras.	Temporal	Cualitativo	Nominal	Porcentaje de empresas que hacen uso de marketing social	Entrevista
Factores Sociales	Es una vía de explicación multilateral de la complejidad de una realidad concreta o sistema social, gracias al análisis de las múltiples conexiones que como parte de ese sistema y de otros se establecen a través suyo, permitiendo obtener una visión parcial de la totalidad de esta.	Identificar cuáles son los factores sociales que implica ejercer la lactancia fuera de sus hogares.	Temporal	Cuantitativo	Ordinal	Porcentaje de madres de menor edad Porcentaje de desinformación sobre el tema	Encuesta
Período de Lactancia	Es el tiempo durante el cual las madres trabajadoras tienen derecho a reposo para alimentar a sus hijos después del nacimiento. Consiste en dos reposos extraordinarios por día en un lugar adecuado e higiénico que designe la empresa. Durante estos lapsos, de media hora cada uno, las madres podrán alimentar a sus hijos.	Identificar los beneficios actuales que tienen las mujeres en período de lactancia y/o maternidad en las empresas hondureñas.	Temporal	Cualitativo	Nominal	Promedio de beneficios recibidos por parte de las empresas	Entrevista / Encuesta
Espacios para ejercer Lactancia	Es un lugar cómodo, higiénico y privado, ubicado en el entorno laboral o de estudio, que ofrece las condiciones adecuadas para la extracción y conservación de la leche materna bajo lineamientos técnicos de seguridad, para que las madres puedan transportarla al hogar.	Conocer si las empresas hondureñas en la actualidad tienen a disposición de las madres espacios adecuados para ejercer lactancia en su lugar de trabajo.	Temporal	Cualitativo / Cuantitativo	Nominal / Ordinal	Porcentaje de encuestadas con un lugar adecuado para ejercer lactancia	Entrevista / Encuesta
Código de trabajo hondureño	El Código regula las relaciones entre el capital y el trabajo, colocándolas sobre una base de justicia social a fin de garantizar al trabajador las condiciones necesarias para una vida normal y al capital una compensación equitativa de su inversión.	Investigar si las empresas disponen de beneficios adicionales para sus colaboradoras en licencia por embarazo o lactancia, excluyendo las que tienen por ley en el código de trabajo hondureño.	Temporal	Cualitativo / Cuantitativo	Nominal / Ordinal	Porcentaje de beneficios relacionados con tiempo libre y monetario	Entrevista / Encuesta
Nivel de Satisfacción	Nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas.	Conocer qué tan satisfechas se encuentran las mujeres con las condiciones y beneficios con los que actualmente disponen para la protección de la lactancia.	Temporal	Cuantitativo	Ordinal	Porcentaje de satisfacción respecto a las condiciones y beneficios otorgados	Encuesta
Desempeño Laboral	Calidad del trabajo que cada empleado le aporta a sus tareas diarias, durante un determinado período de tiempo.	Investigar si dentro del desempeño laboral de una mujer al convertirse en madre este sufre algún cambio y si este es positivo o negativo.	Temporal	Cualitativo / Cuantitativo	Nominal / Ordinal	Porcentaje de mujeres con diferencias en el cumplimiento de sus labores	Entrevista / Encuesta

Tabla 2. Operacionalización de variables

VI. RESULTADOS Y ANÁLISIS

6.1 Gráficos y análisis de las encuestas

Se realizaron 502 encuestas online de las cuales después de los filtros excluyentes relacionados a la investigación, **384 encuestas** corresponden a madres en periodo de lactancia que laboren actualmente con características demográficas definidas entre las edades de 19 a 39 años con un nivel socioeconómico activo, residentes del Distrito Central de Honduras.

Pregunta 1. Edad

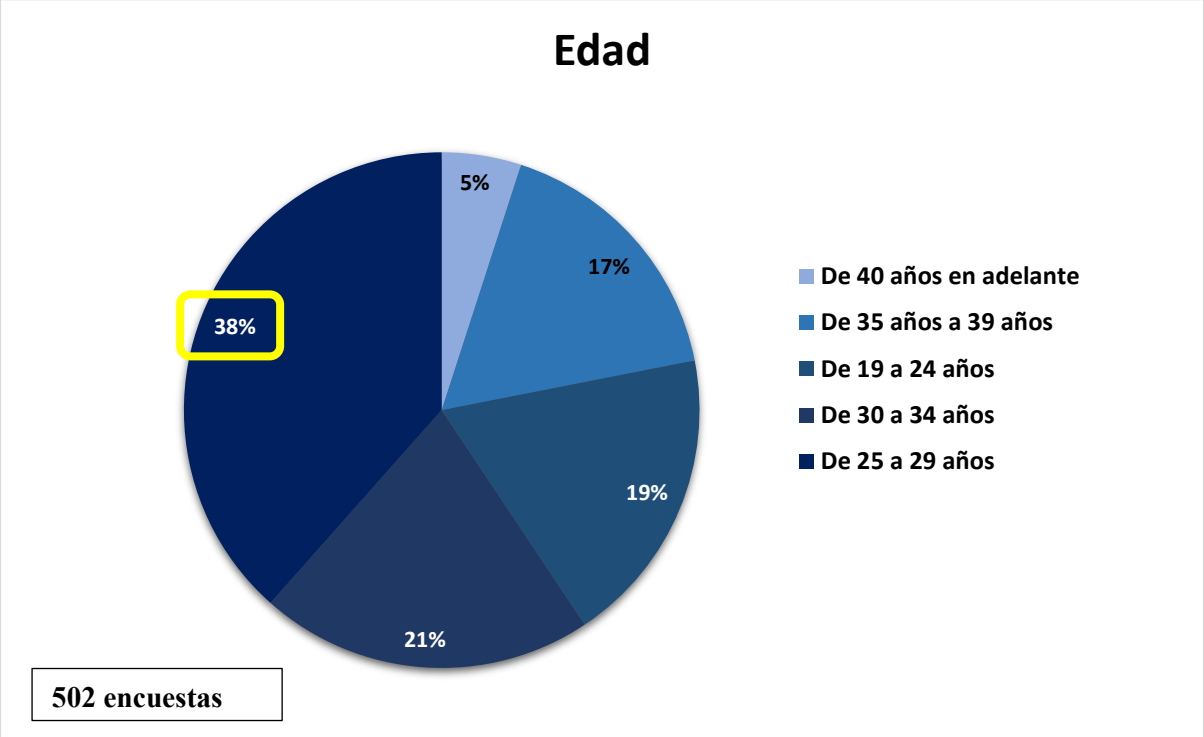

Gráfico 1

Análisis:

Según la investigación se observa que la mayoría de las madres se encuentran en edades de 25 a 29 años con un 38%, seguido de madres que se encuentran de 30 a 34 años con un 21%, el 19% madres que se encuentran en edades de 19 a 24 años, continuando con madres que se encuentran de 35 a 39 años con un 17%, mientras que 5% madres que se encuentran de 40 años en adelante.

Pregunta 2. ¿Reside en el Distrito Central?

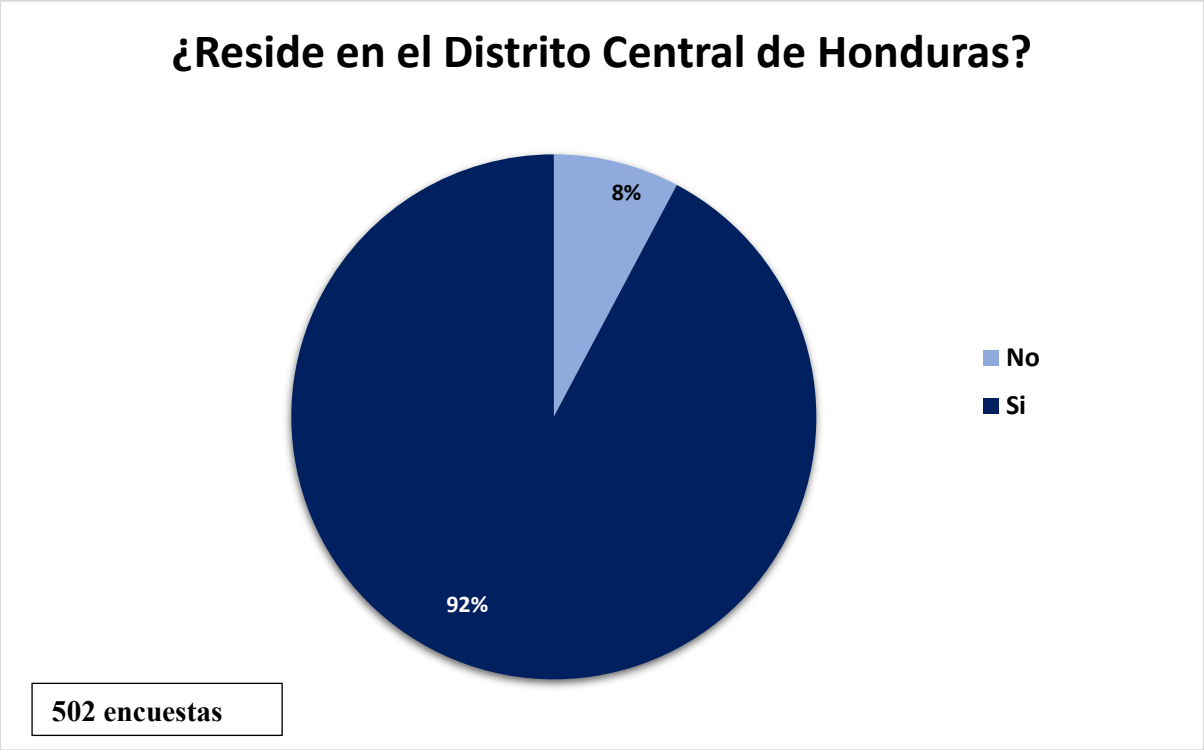

Gráfico 2

Análisis:

A través de la investigación realizada se puede determinar que el 92% de las madres encuestadas reside en el Distrito Central de Honduras y el 8% de madres restantes no reside dentro del Distrito Central de Honduras por lo tanto no se toman en consideración para la muestra.

Pregunta 3. ¿Está laborando actualmente?

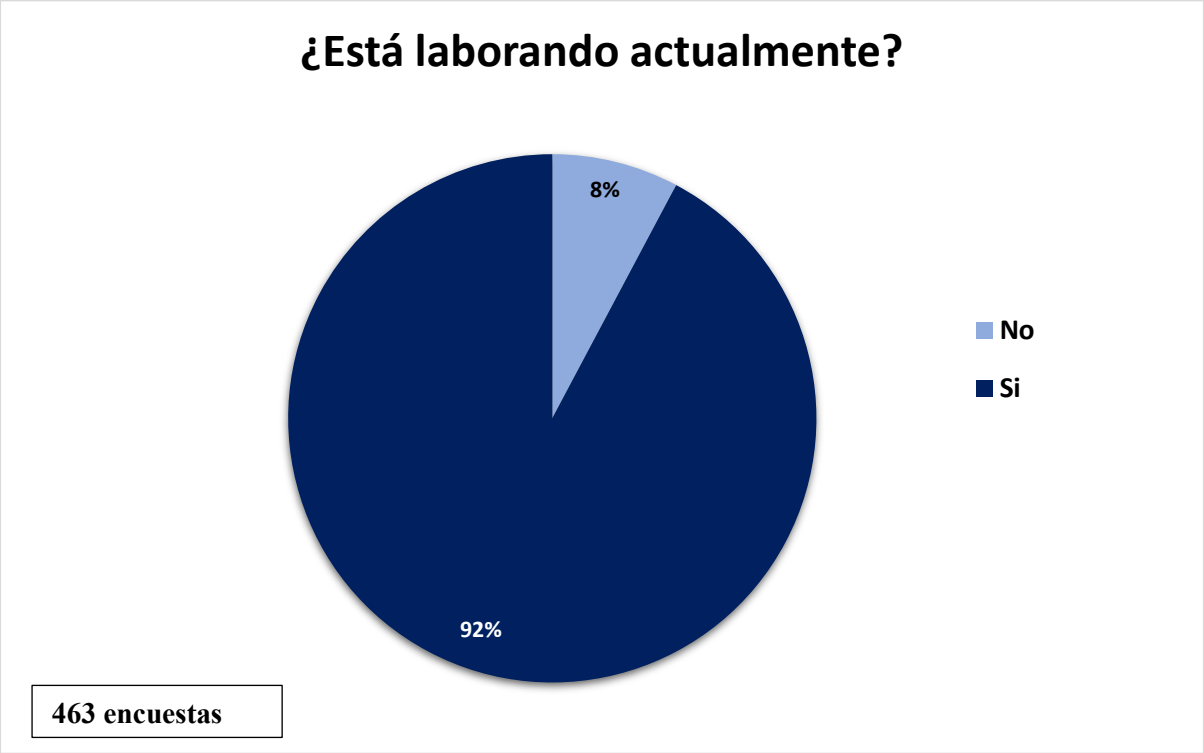

Gráfico 3

Análisis:

Según la investigación se observa que la mayoría de las madres encuestadas con un 92% si laboran actualmente y el restante con un 8% de madres afirma que no labora actualmente.

Pregunta 4. ¿Se encuentra en periodo de lactancia y/o maternidad?

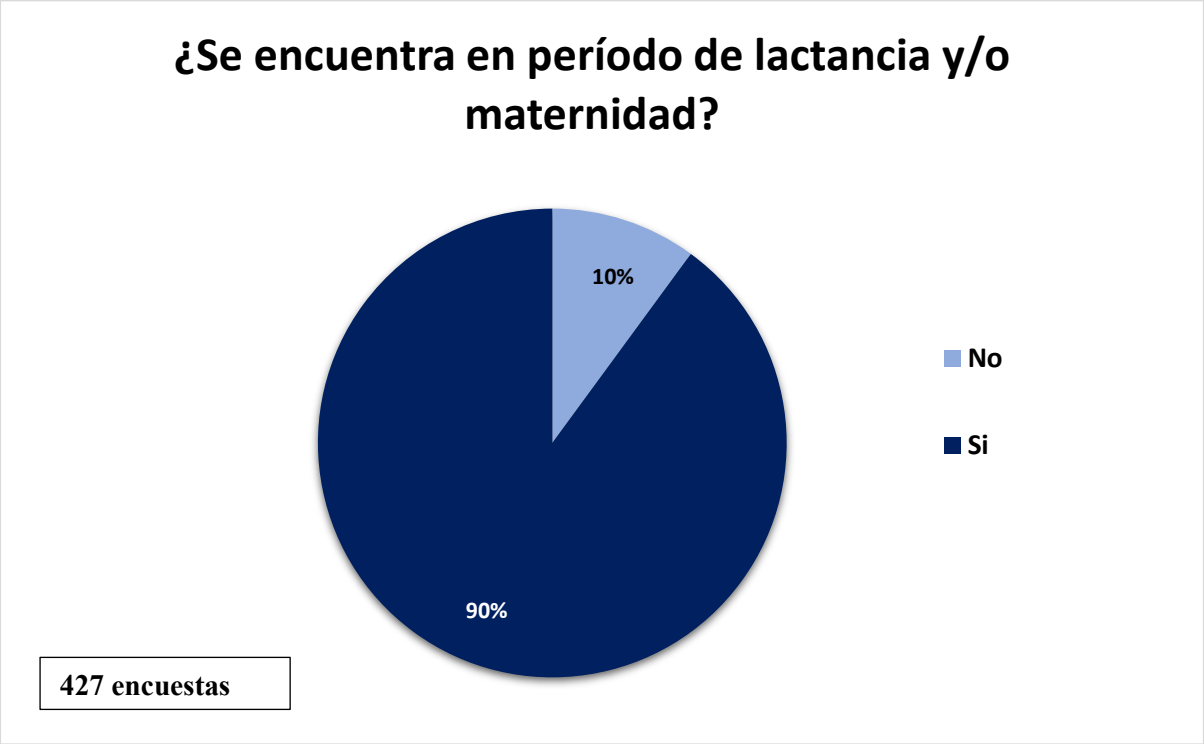

Gráfico 4

Análisis:

Considerando los resultados de la investigación podemos observar que la mayoría de las madres que si se encuentran en un periodo de lactancia y/o maternidad con una participación del 90%, y una participación de 10% que no se encuentran en un periodo de lactancia y/o maternidad.

Pregunta 5. Seleccione el rango de edad de su hijo

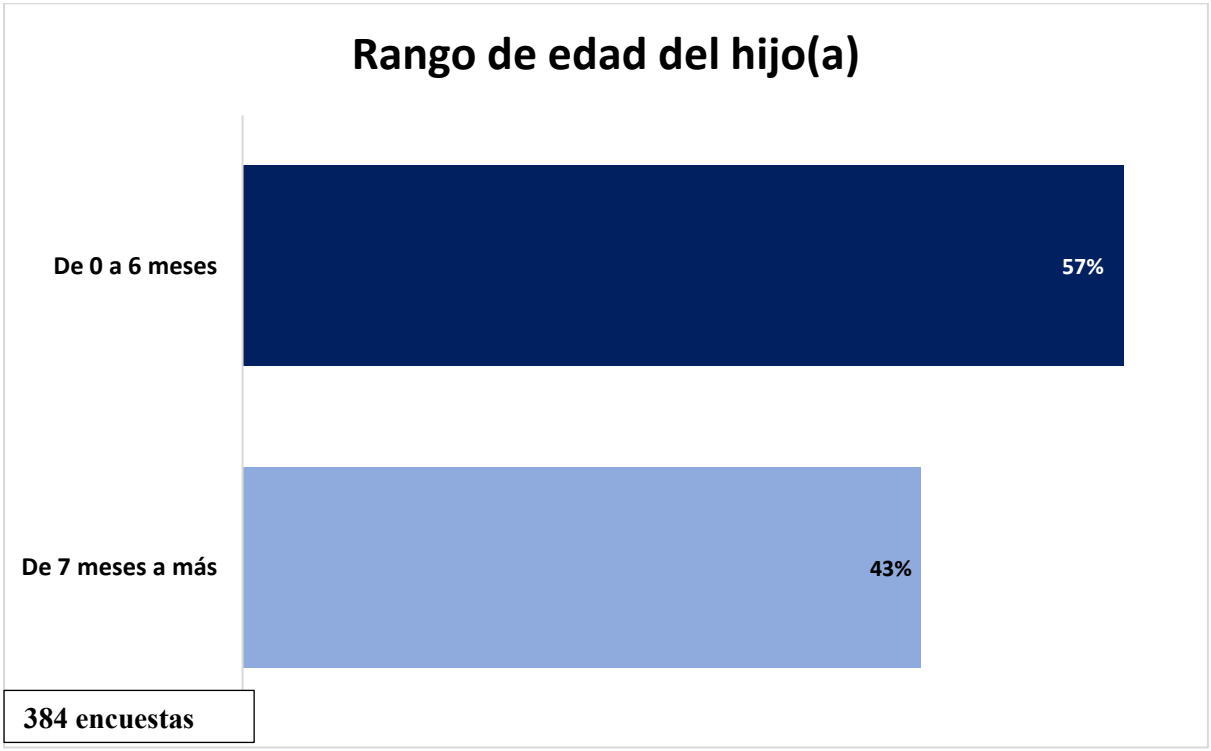

Gráfico 5

Análisis:

El 57% de madres encuestadas afirman que tienen hijos que su edad oscila en un rango de edad de entre los 0 a 6 meses, el 43% su rango de edad de entre los 7 meses en adelante.

Pregunta 6. ¿Cuál de los siguientes factores considera que le impide ejercer la lactancia materna fuera de su hogar?

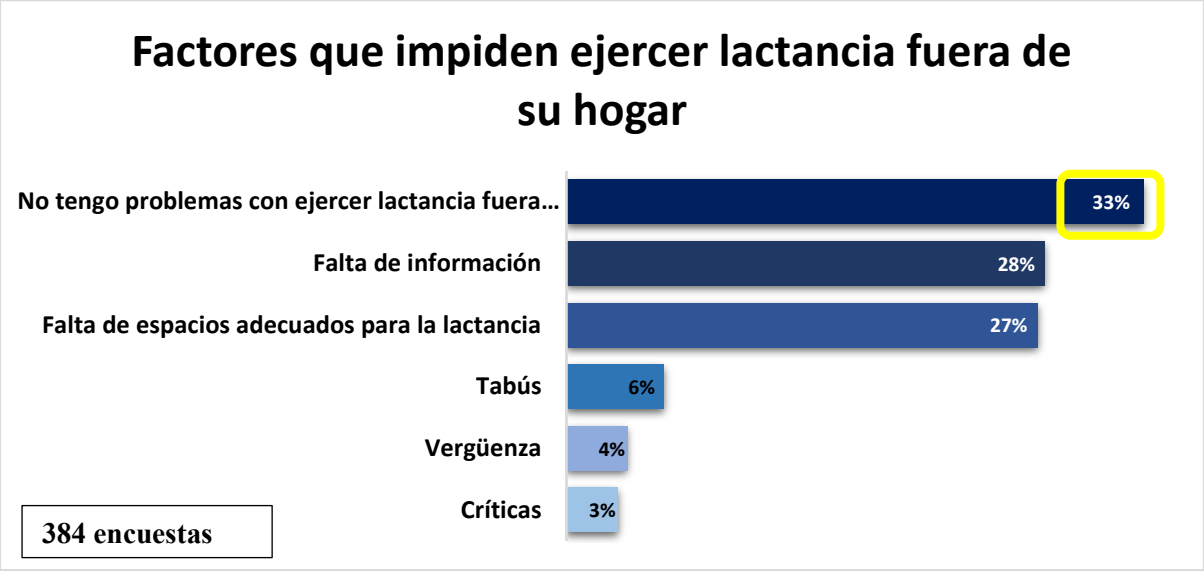

Gráfico 6

Análisis:

Es de conocimiento que existen factores que impiden ejercer la lactancia fuera del hogar se puede ver en el gráfico 6 que muchas madres no tienen problemas al ejercer lactancia materna fuera de su hogar con un 33%, falta de información con un 28%, falta de espacios adecuados para la lactancia con un 27%, tabús con un 6%, vergüenza con un 4% y críticas con un 3%.

Pregunta 7. Previo a entrar en el periodo de lactancia y/o maternidad ¿Recibió usted información sobre esta?

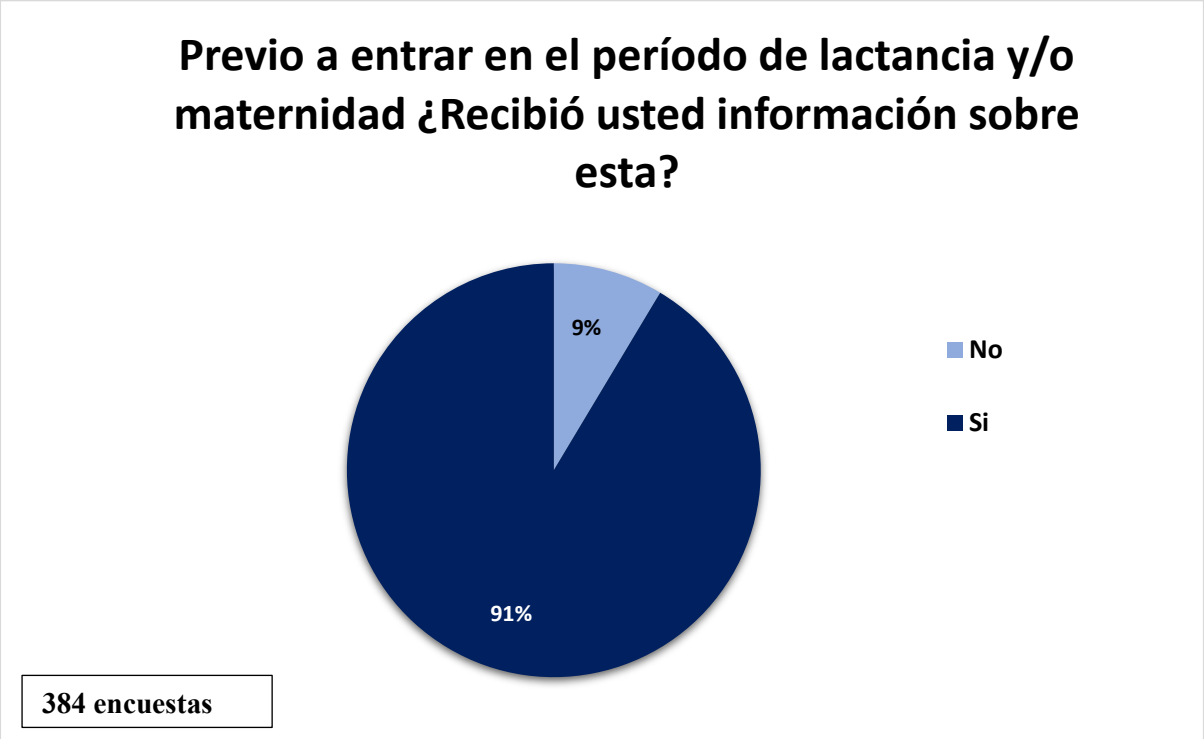

Gráfico 7

Análisis:

El 91% de las madres encuestadas afirman si haber recibido información previa a entrar en el período de lactancia y/o maternidad, el 9% restante afirma no haber recibido información.

Pregunta 8. Seleccione el medio por el cual obtuvo la información sobre la lactancia

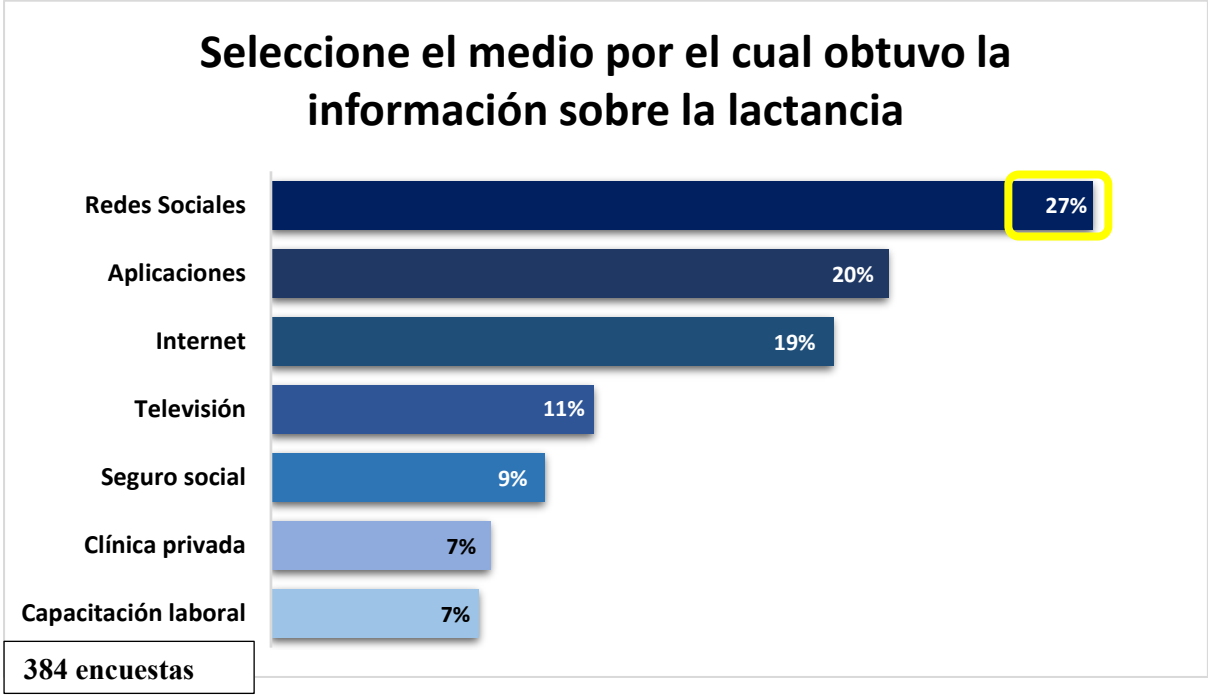

Gráfico 8

Análisis:

Según las respuestas obtenidas del 91% de madres que si recibió información previa sobre lactancia, el 27% obtuvo esa información a través de las redes sociales, el 20% a través de aplicaciones, un 19% hizo uso de internet para la obtención de la información, el 11% lo vio en televisión, un 9% a través del IHSS, un 7% en una clínica privada y solamente un 7% lo obtuvo a través de una capacitación laboral.

Pregunta 9. ¿Cómo califica la información que recibió sobre lactancia materna?

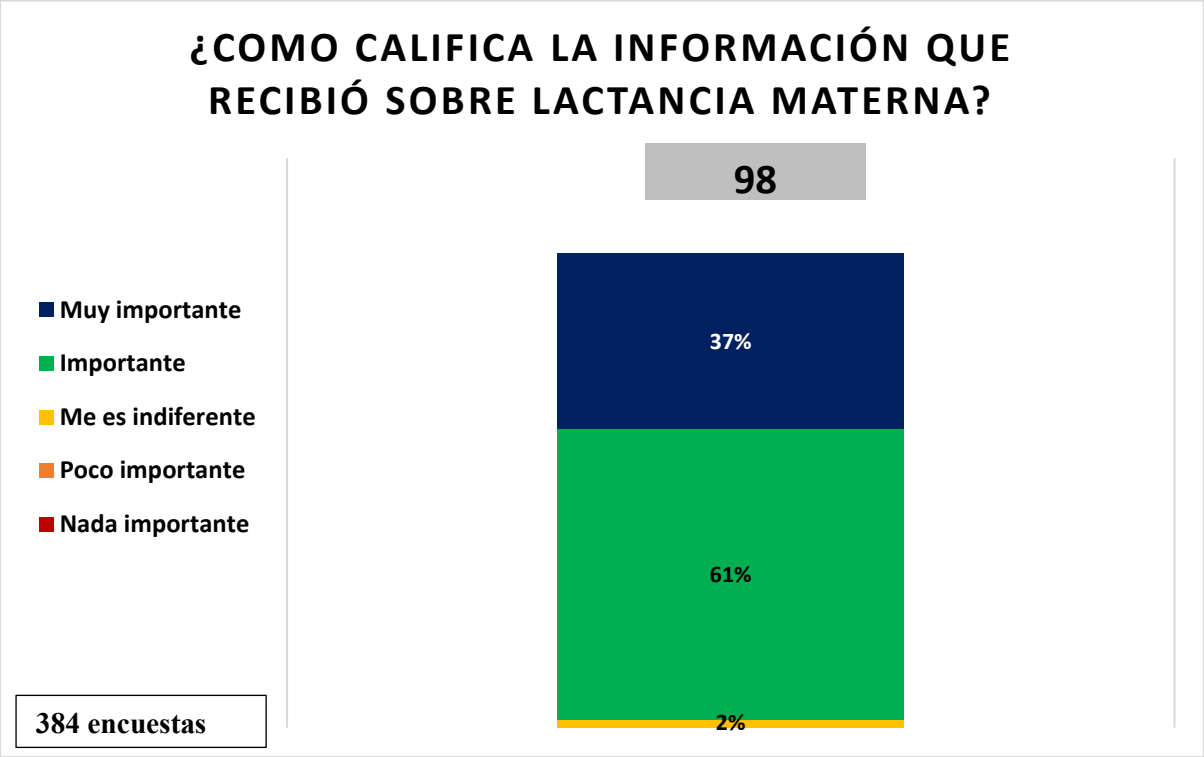

Gráfico 9

Análisis:

El 98% de las encuestas que obtuvieron información sobre lactancia califican esta como "muy importante" o "importante", para el 2% restante le fue indiferente y ninguna califica dicha información como "poco importante" o "nada importante".

Pregunta 10. Si seleccionó "Nada importante" o "Poco importante", indique porque

No hay respuestas

Pregunta 11. ¿Realiza la empresa donde labora, campañas e iniciativas que apoyen a la protección de la lactancia materna?

Gráfico 10

Análisis:

Según los resultados obtenidos en la encuesta, acerca de campañas e iniciativas que apoyen la protección de la lactancia materna; el 88% de las madres encuestadas indica que si se realizan este tipo de campañas en sus empresas. El 13% restante confirma que no se realiza este tipo de campañas en sus empresas.

Pregunta 12. En su establecimiento de trabajo, ¿cuenta con un espacio exclusivo para ejercer lactancia materna?

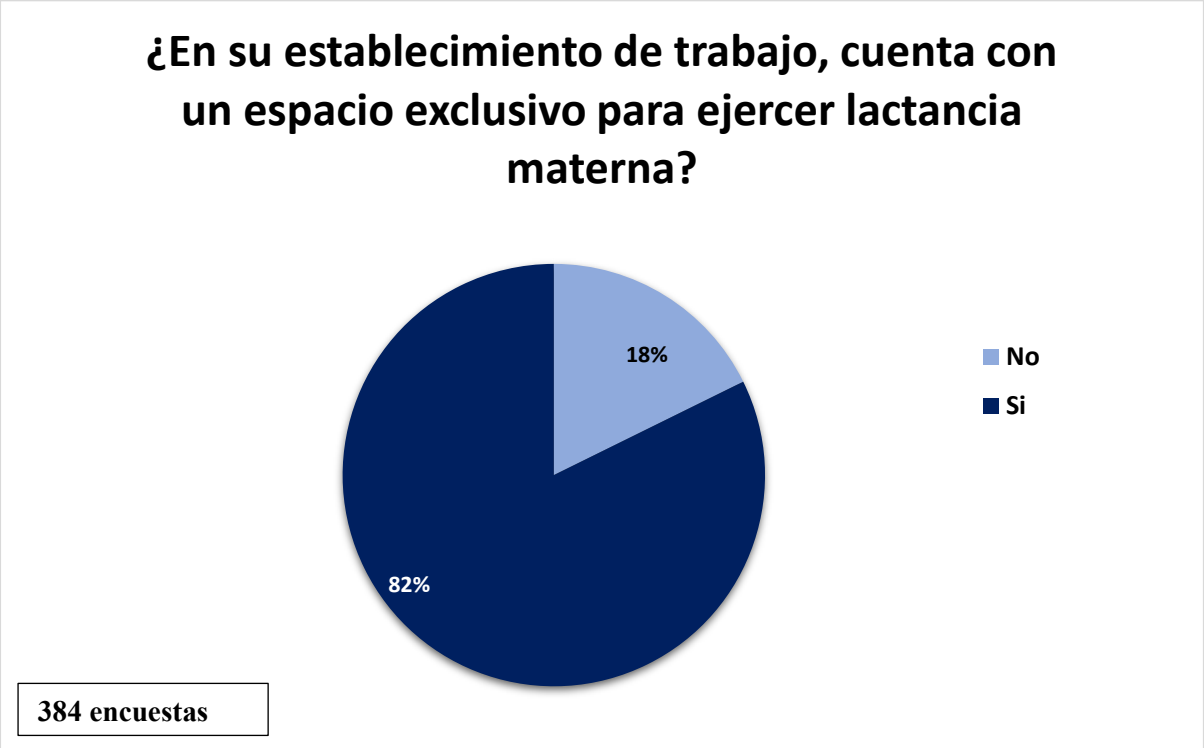

Gráfico 11

Análisis:

Al momento de consultar sobre un espacio exclusivo para ejercer lactancia según las repuestas en la encuesta, el 82% de las madres encuestadas indica que en su establecimiento de trabajo si cuentan con dicho espacio; el 18% restante no cuenta con este beneficio.

Pregunta 13. ¿El espacio exclusivo para ejercer lactancia materna está debidamente adecuado para esta labor?

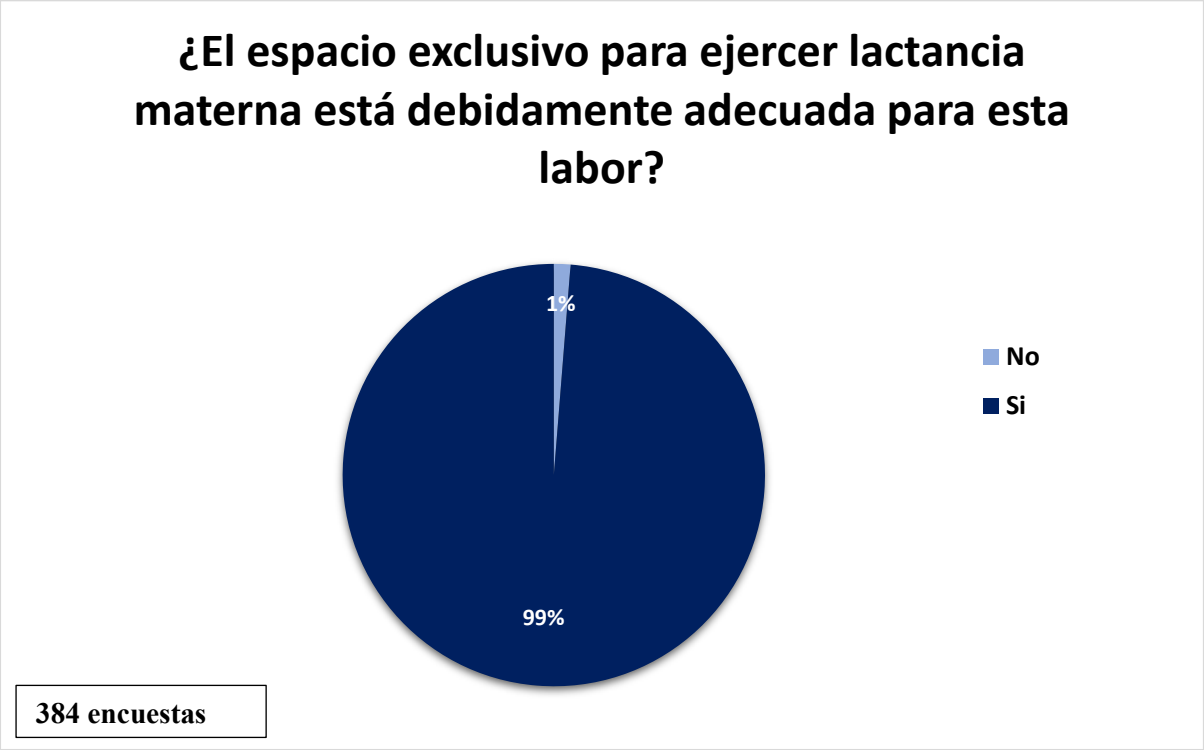

Gráfico 12

Análisis:

Según los resultados obtenidos, un 99% de las madres encuestadas indica que el espacio exclusivo para ejercer lactancia materna si está debidamente adecuado, el 1% indica que el espacio no está debidamente adecuado.

Pregunta 14. ¿Recibe apoyo por parte de su jefe inmediato respecto a ejercer la lactancia materna dentro del establecimiento de trabajo?

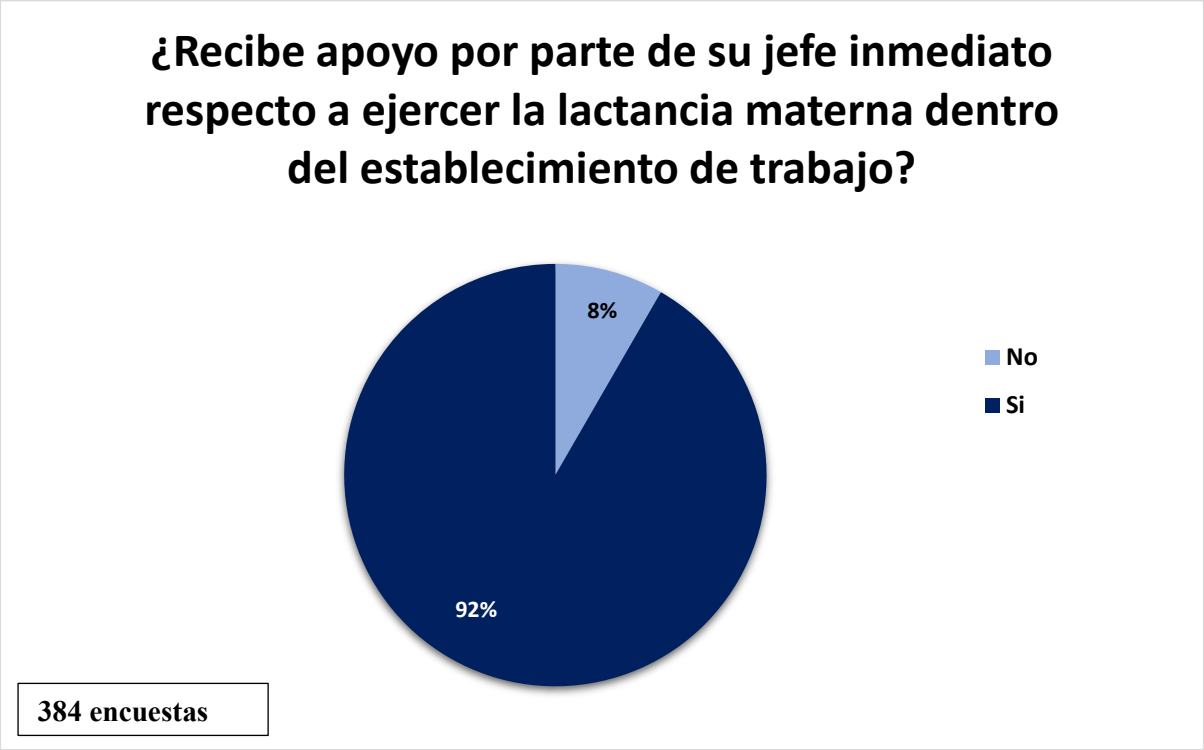

Gráfico 13

Análisis:

El 92% de las madres lactantes si recibe apoyo por parte de su jefe inmediato respecto a poder ejercer la lactancia dentro del establecimiento de trabajo durante su jornada laboral, el 8% restante no cuenta con este apoyo por parte de sus superiores.

Pregunta 15. ¿En su empresa disponen de beneficios adicionales para el apoyo de la lactancia y/o maternidad?

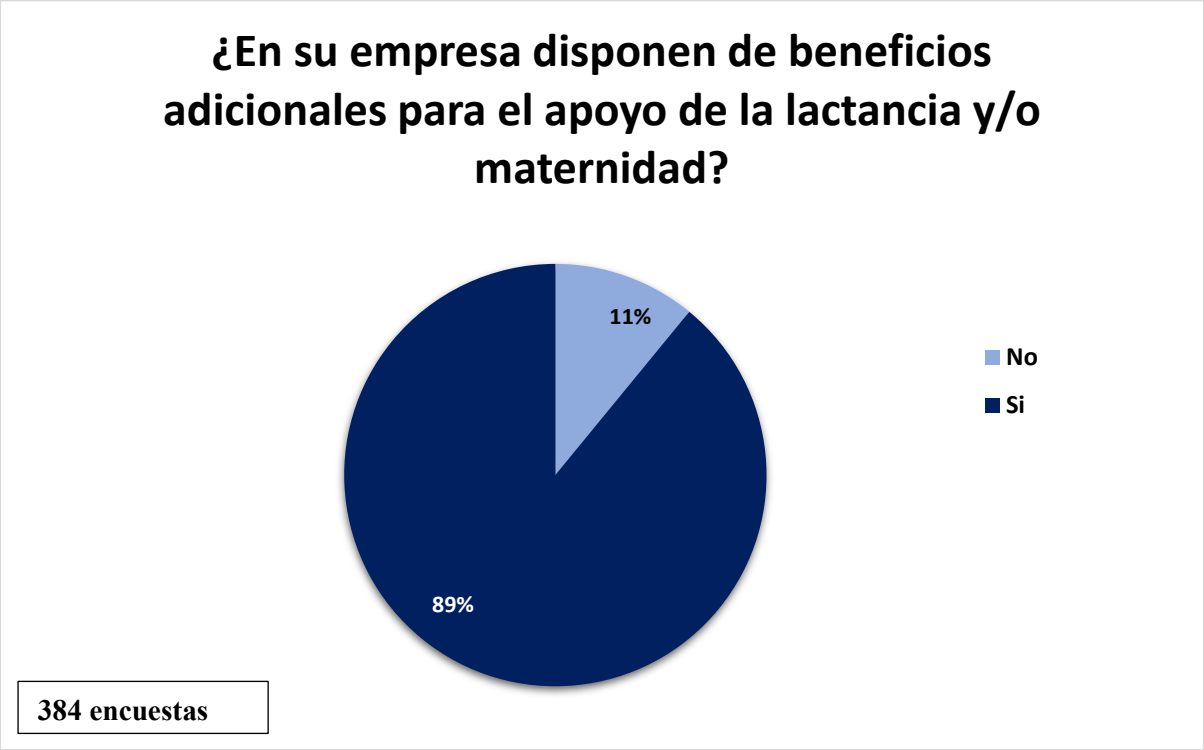

Gráfico 14

Análisis:

La gráfica nos muestra que la mayoría de las empresas disponen de beneficios adicionales para sus colaboradoras en período de lactancia y/o maternidad, distintos a los que por ley se les son otorgados, el 11% restantes no ofrecen agregados a los que ya se les son concedidos.

Pregunta 16. Seleccione cuales son esos beneficios

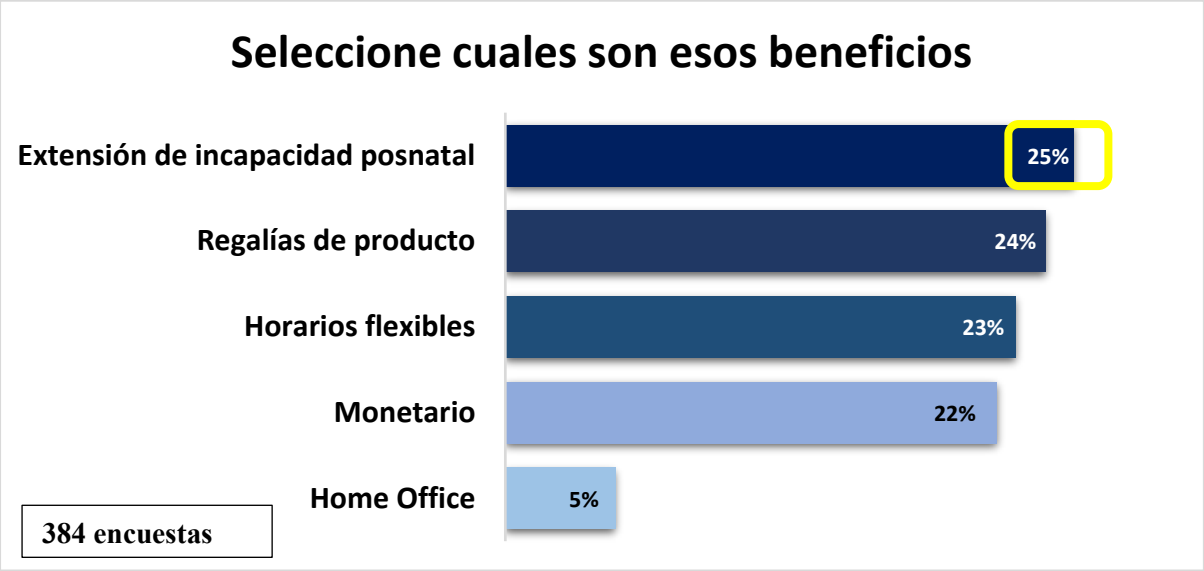

Gráfico 15

Análisis:

De los beneficios adicionales predefinidos, encabeza la lista la extensión de la incapacidad postnatal con un 25%, seguido de regalías de producto con un 24%, luego con unos 23% horarios flexibles, con el 22% monetario y en menor porcentaje Home Office con solo el 5%. Según estos resultados las empresas están orientadas a brindar mayor incapacidad a sus colaboradoras durante su postnatal para que no sufran ausencias posteriores.

Pregunta 17. ¿Qué tan satisfecha se encuentra con las condiciones y beneficios que la empresa le otorga para la protección de la lactancia?

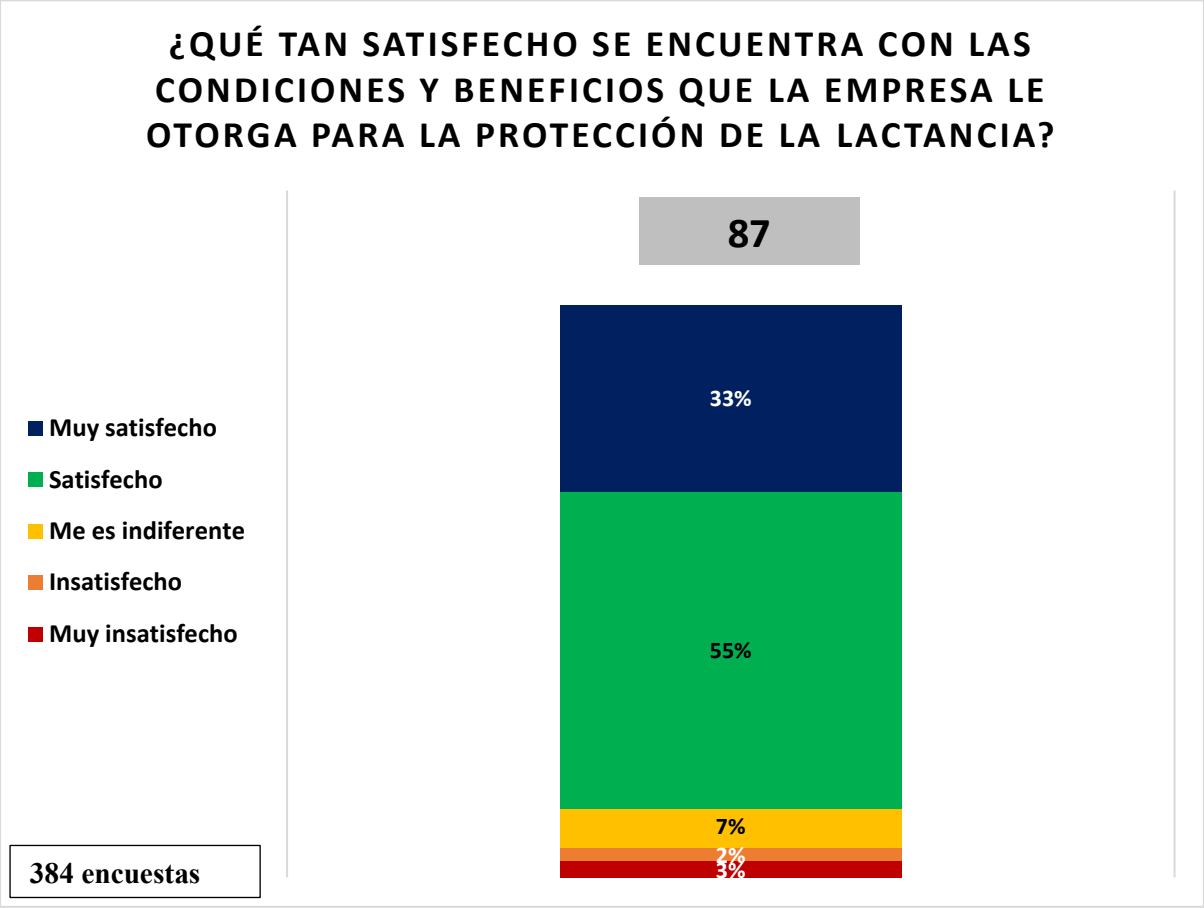

Gráfico 16

Análisis:

Según los resultados obtenidos en esta pregunta, observamos que el mayor porcentaje de mujeres en período de lactancia y/ o maternidad, se encuentran en un grado de satisfacción, el 7% de estas les es indiferente y solo el 5% de ellas no están del todo satisfechas. Por lo cual vemos que el nivel de satisfacción respecto a sus condiciones y beneficios es bueno.

Pregunta 18. Si seleccionó “Muy insatisfecho” o “Insatisfecho”, respecto a las condiciones y beneficios que la empresa le otorga para la protección de la lactancia indique por qué.

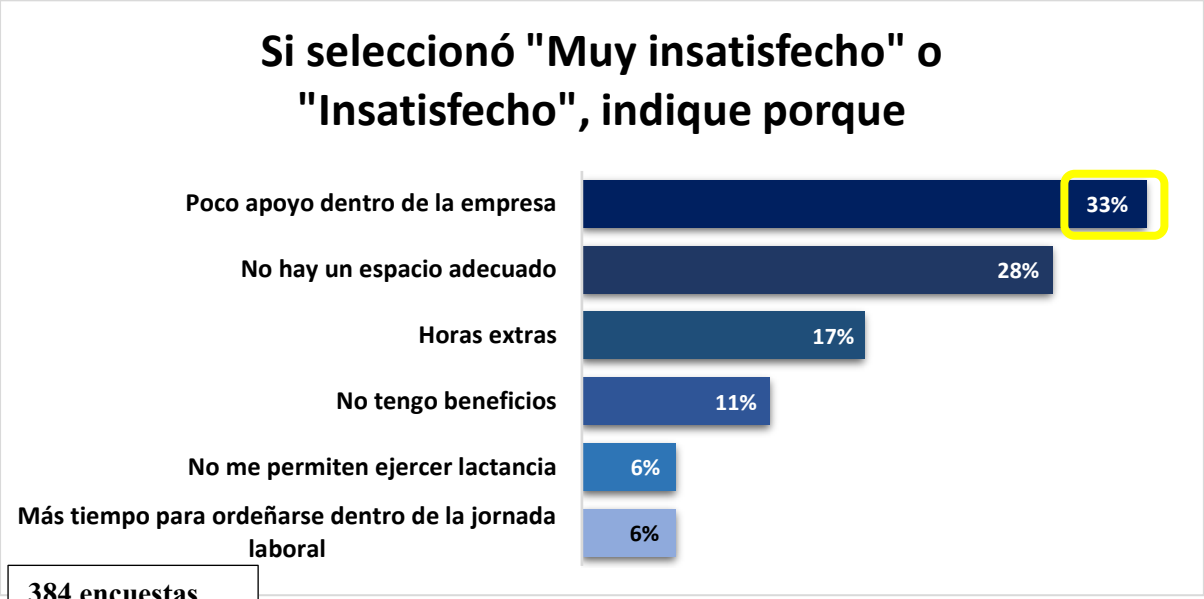

Gráfico 17

Análisis:

El 5% de las mujeres que en la pregunta anterior seleccionaron que se encontraban en un grado de insatisfacción respecto a sus condiciones y beneficios, esto dado por el poco apoyo dentro de la empresa con el que cuentan, asimismo no tienen espacios adecuados para la labor de la lactancia, no cuentan con horas extras, tampoco beneficios adicionales y el 6% nos comentan que no les permiten ejercer lactancia ni disponen de este tiempo dentro de su jornada laboral.

Pregunta 19. ¿Qué tipo de beneficios le gustaría obtener por parte de la empresa durante su período de lactancia?

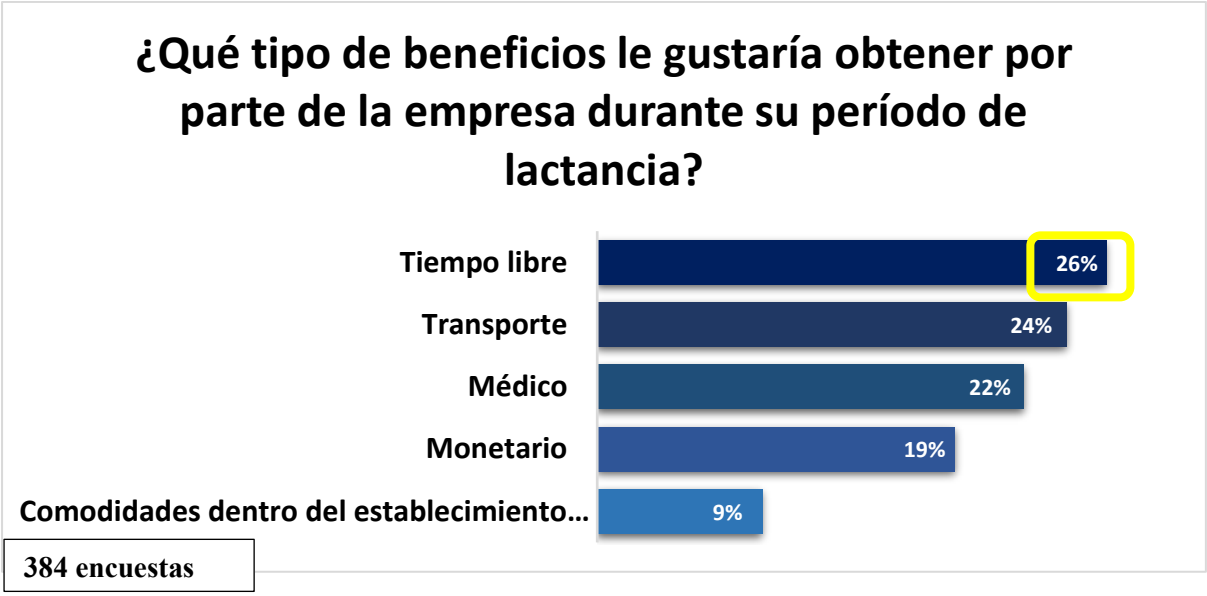

Gráfico 18

Análisis:

Las mujeres que se encuentran en período de maternidad y/ o lactancia, les gustaría que la empresa para la cual laboran les otorgase beneficios adicionales, como ser; tiempo libre en primer lugar, posteriormente que tuvieran a su disposición transporte, algún tipo de beneficio médico, monetario y en último lugar comodidades dentro del establecimiento de trabajo.

Pregunta 20. ¿Considera que su desempeño laboral sufrió algún cambio al convertirse en madre?

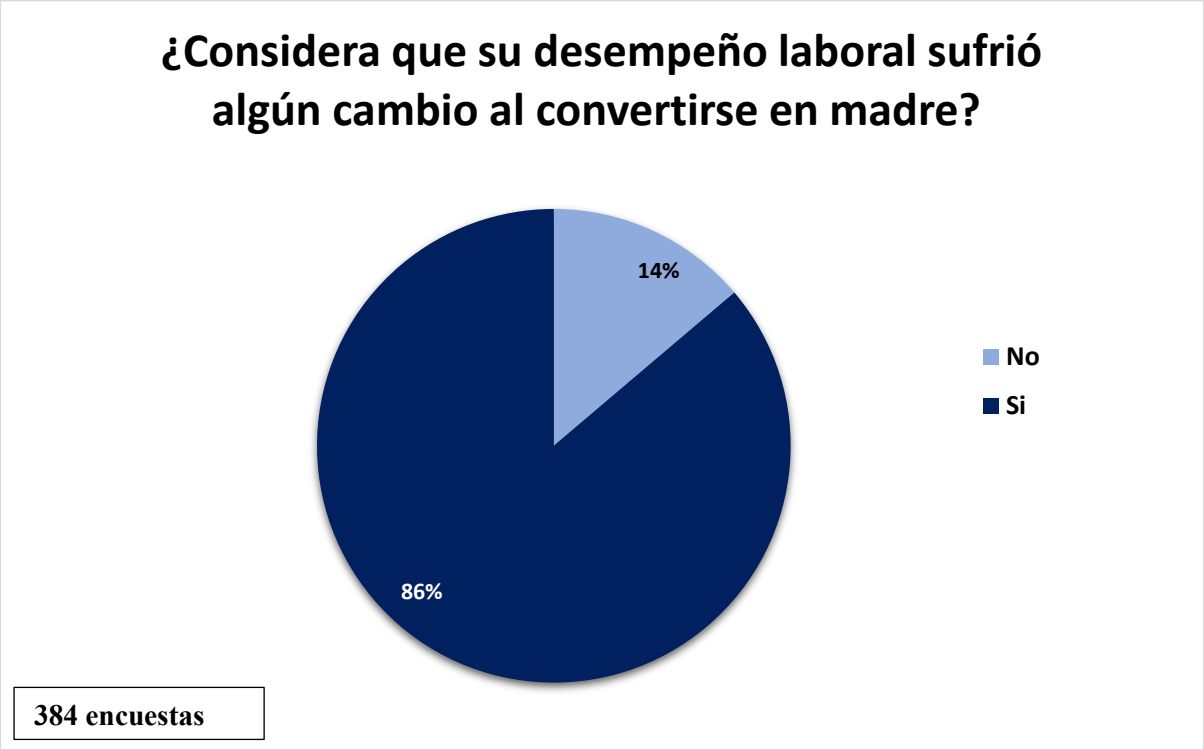

Gráfico 19

Análisis:

Está gráfica nos muestra que el mayor porcentaje de madres, si sufren de un cambio al convertirse en madres, sin embargo, un 14% de estas nos comentan que su desempeño no ve afectado.

Pregunta 21. ¿Cómo cataloga dicho cambio?

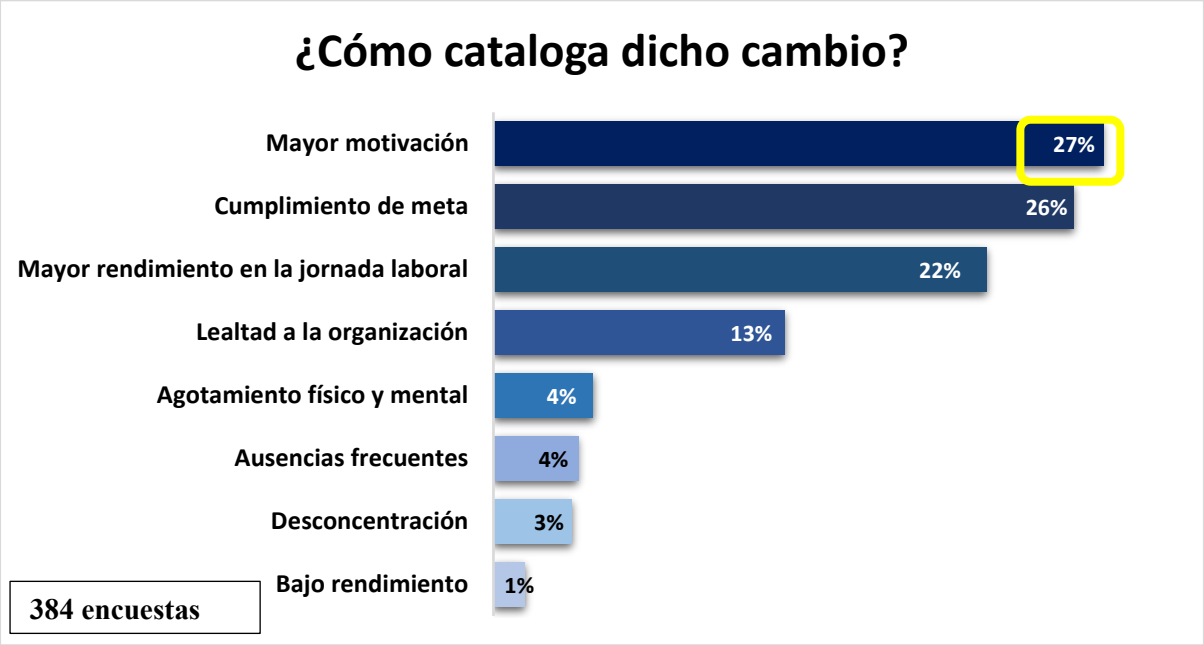

Gráfico 20

Análisis:

Notamos que el cambio en el desempeño laboral es positivo, dado a que la principal causante de este cambio es porque tienen una mayor motivación para ejercer su trabajo, cumplimiento en metas, mayor rendimiento en su jornada laboral, lealtad a la organización y solo un 14% consideran que es negativo, dado a que sufren de agotamiento físico y mental, también tienden a tener ausencias frecuentes, desconcentración y por ello un bajo rendimiento.

6.4 Cruce de variables

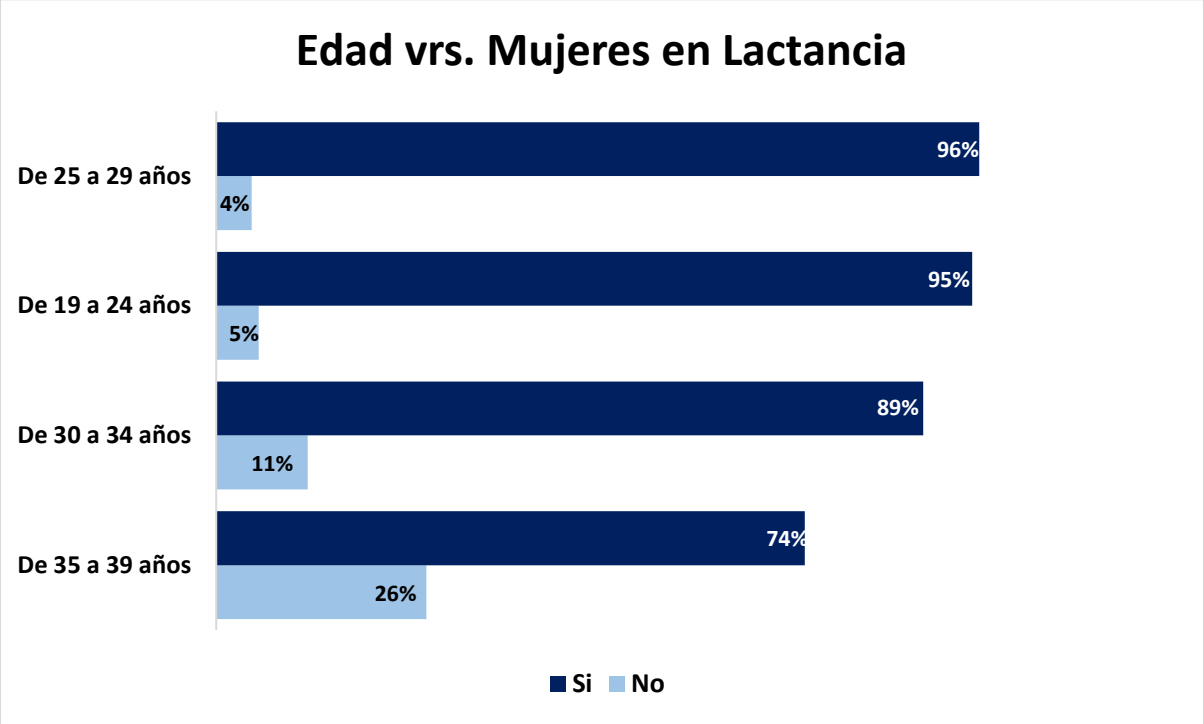

Gráfico 21

Análisis:

Al realizar cruce de variables con la edad y las mujeres si se encuentra en periodo de lactancia podemos concluir que un 96% de mujeres en periodo de lactancia se encuentran en la edad de 25 a 29 años, y por el contrario el rango de edad con menor cantidad de mujeres en lactancia es de 35 a 39 años.

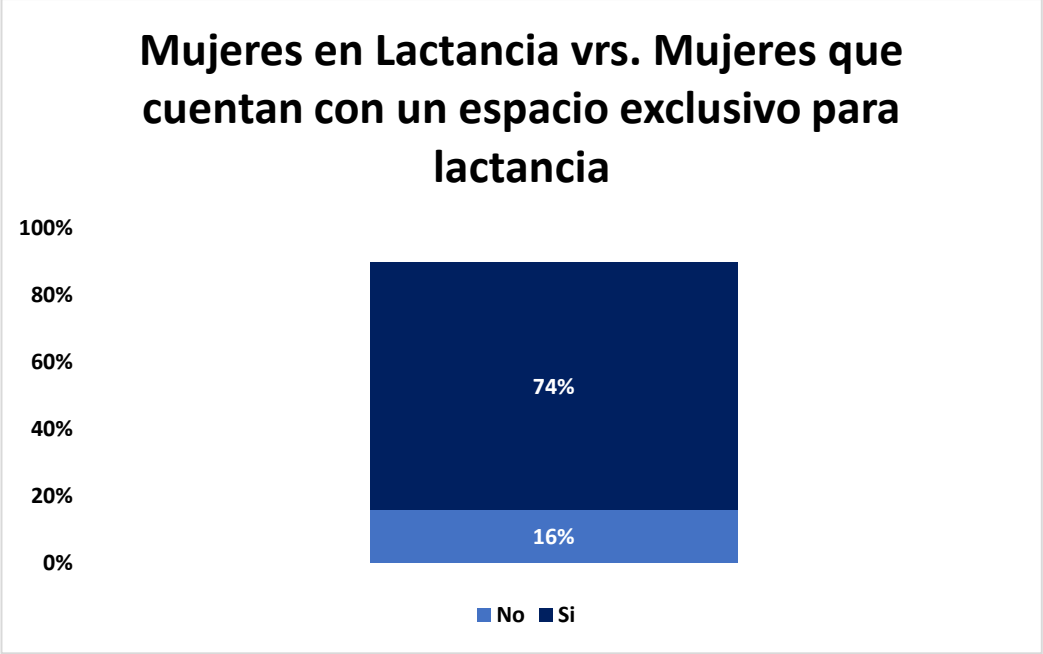

Gráfico 22

Análisis:

Al realizar cruce de variables con 90% de mujeres del total de encuestadas que si se encuentran en periodo de lactancia, podemos concluir que de ese 90% el 74% de mujeres si cuenta con un espacio para ejercer lactancia.

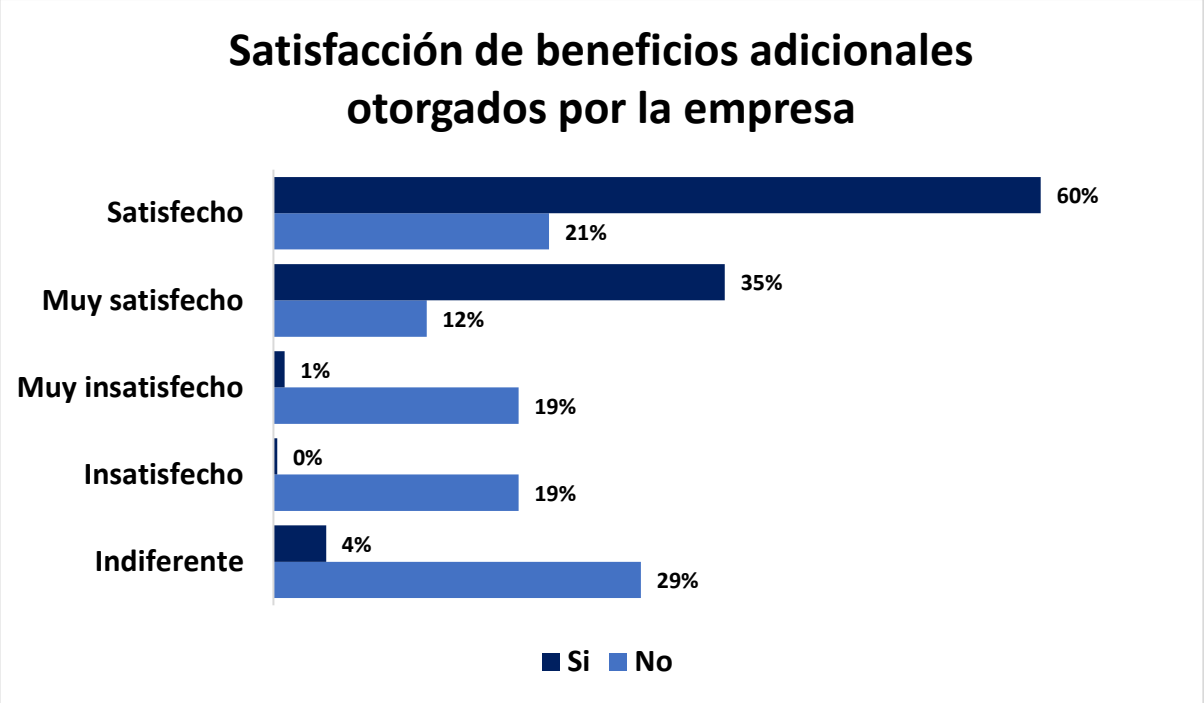

Gráfico 23

Análisis:

Realizando un análisis de las preguntas referente a los beneficios adicionales que les son otorgados a las mujeres en periodo de lactancia, y su satisfacción respecto a estos; podemos observar que el 60% de mujeres se encuentran satisfechas con estas condiciones y un 19% se encuentran muy insatisfechas.

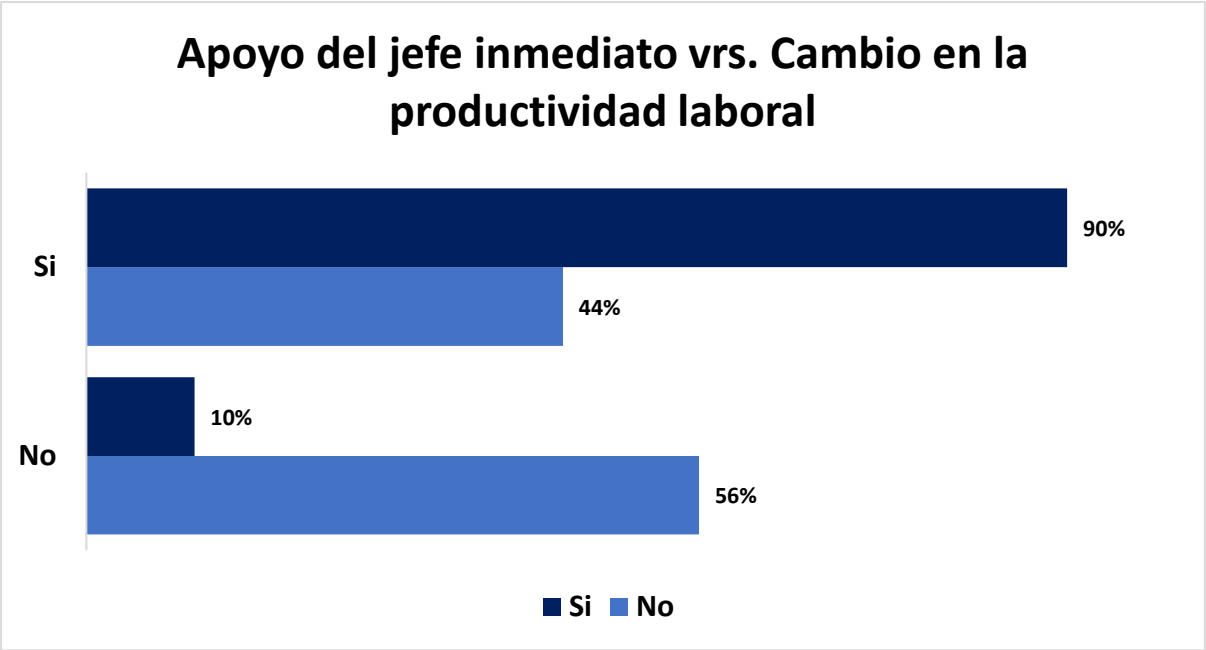

Gráfico 24

Análisis:

Podemos notar que el apoyo del jefe inmediato hacia sus colaboradoras influye de manera directa en la productividad. Al realizar el cruce de ambas preguntas podemos notar que el 90% de las madres en periodo de lactancia considera que si presenta cambios en su productividad las mismas que también reciben apoyo directo de sus jefes.

6.2 Entrevistas a profundidad

Perfil del Entrevistado	
Nombre: Edissa Matamoros	
Nombre de la empresa: BAC	
Cargo que desempeña: Subgerente de Recursos Humanos	
Antigüedad: 15 años	
Correo electrónico: edissa.matamoros@baccredomatic.hn	
Preguntas	**Respuestas**
¿Ha escuchado hablar sobre el marketing social? ¿Cuál es su opinión sobre esto?	Si he escuchado hablar sobre esto, considero que es muy importante usarlo para dar a conocer una idea y promover el cambio de una opinión sobre temas importantes.
¿Tiene conocimiento de la realización de campañas de marketing social en las empresas?	He visto varias campañas sobre todo de bancos, nosotros hacemos varias.
¿La empresa realiza campañas e iniciativas de marketing social para apoyar la lactancia materna? ¿En qué consisten? (si no lo hacen, ¿Por qué no lo hacen?)	Si hacemos campañas de marketing social pero no hemos hecho ninguna enfocada a la lactancia como tal, lo hemos hecho sobre otros temas como superación personal, para promover a nuestros colaboradores, también la BIO card que promueve ese estilo de vida que trata sobre el cuidado del planeta. De la lactancia como tal hemos informado sobre el uso de los espacios y se notifica al personal incluso se levantan encuestas de satisfacción sobre absolutamente todo con el fin de conocer la opinión de los colaboradores.
¿Cuáles son los resultados que han obtenido de dichas campañas?	Pues a través de lo que hacemos podemos darnos cuenta de que tan satisfecho están nuestros colaboradores, en que podemos mejorar, aunque no esté orientado directamente a la lactancia materna pero las campañas se enfocan en buscar el crecimiento de los empleados.
¿Cómo considera que influye el marketing social enfocado en la lactancia materna, en el ámbito laboral?	Desde un ámbito de marketing era muy importante tener un espacio necesario para ejercer esta labor, porque es un importante por varios motivos: • El respeto hacia a la mujer • Me ordeño porque es una necesidad no solo para alimentar a mí bebe. • Se organizan más con la organización. Se realizan citas para utilizar estos espacios de lactancia.
¿Tienen colaboradoras que actualmente se encuentren en período de lactancia y/ o maternidad?	Actualmente si contamos con una sala para que nuestra colaboradas puedan ejercer su lactancia sin ningún problema y es que el 58% de los colaboradores son mujeres.
¿Cuáles son los beneficios actuales que ofrece la empresa a las mujeres en período de lactancia y/o maternidad?	• Un espacio cómodo y esto lo pueden apartar por medio de citas. • Privacidad dentro del trabajo. • Colaboración por parte de los clientes. • Facilidades del lugar para poder ejercer la lactancia. No hay límite de tiempo por respecto a la misma.
¿Cuenta actualmente la empresa con espacio adecuado para ejercer la lactancia materna para sus colaboradoras?	Si claro actualmente el banco si cuenta con su sala de lactancia para el uso de las colaboradoras, como lo dije anteriormente por medio de citas hace sus apartados.

Adicional a los beneficios que da la ley en el código de trabajo hondureño para sus colaboradoras en licencia por embarazo o lactancia, ¿brindan otros beneficios?	Si, luego del tiempo de posnatal tiene la opción de tomarse un tiempo de vacaciones, estos después de 5 años permite acumular 20 días de vacaciones.
¿Considera que el desempeño laboral de la mujer al convertirse en madre sufre algún cambio? ¿Cómo es ese cambio?	La maternidad no es un atraso para seguir con sus labores, no se discriminan ningún ingreso desde ese punto ya que todos podemos salir adelante a nuestro ritmo. Las mujeres somos capaces de tantas cosas y considero que al volvernos madres nos enfocamos en hacer mejor las cosas lejos de ser un cambio negativo.

Perfil del Entrevistado	
Nombre: María José Rodriguez	
Nombre de la empresa: Banco Atlántida	
Cargo que desempeña: Subgerente de Recursos Humanos	
Antigüedad: 1 año en el puesto, en el banco 6 años.	
Correo electrónico: mjrodriguez@bancatlan.hn	
Preguntas	**Respuestas**
¿Ha escuchado hablar sobre el marketing social? ¿Cuál es su opinión sobre esto?	Entiendo que son redes sociales, aparte de lo que se conoce como boca a boca o no.
¿Tiene conocimiento de la realización de campañas de marketing social en las empresas?	Sí, claro que sí.
¿La empresa realiza campañas e iniciativas de marketing social para apoyar la lactancia materna? ¿En qué consisten? (si no lo hacen, ¿Por qué no lo hacen?)	Si tenemos, pero para poder explicar eso tengo que explicar el sistema de Banco Atlántida como tal, es una empresa auto asegurada, esto significa que el 100% de nuestros colaboradores están cubiertos no en una póliza de seguro si no que una plan médico dentro del banco, que significa esto, el 80% de los casos lo absorbe el banco y el 20% lo absorbe el colaborador, esto es inclusivo para todas las mujeres e hijos menores de 6 años. Entonces empezamos desde del ciclo de vida la persona en este caso las mujeres. Se lleva el chequeo ginecológico eso los cubre el banco con doctores especializados que trabajan con el banco y que se acoplan a una prevención de enfermedades. Entonces se le da todo el acompañamiento a la mujer en el prenatal, posnatal y lactancia materna, cuando una mujer sale embarazada sale una serie de charlas de socialización de los beneficios que da el banco como tal, de sus cuidados que debe tener. Hay temas de legislación laboral de cuando se retira cuando regresa, también para ver cuantas horas tiene para lactancia, si puede adelantar vacaciones o no, porque lo que queremos las madres es dejar nuestros hijos ya más grandes. Tenemos una plantía para todo esto referente a este tema y esto aplica más para el área de caja ya que ahí se encuentra la mayor población que se llama Cajero de Maternidad, eso ayuda bastante. El pediatra está ahí también que es el pediatra del plan médico chequea que todo esté bien con él bebe para recibirlo y todo. Cubre las vacunas privadas entonces que pasa ya están como planificado la mama por medio de nosotros hace la citas, coordina la mes, la 2 meses, asegurando ese esquema ese cuidado.
¿Cuáles son los resultados que han obtenido de dichas campañas?	Fíjese definitivamente hay más compromiso de parte de ellas porque valoran, más del 50% de los colaboradores son mujeres y se comprometen más por ese tipo de temas, cuando uno está joven y comienza a trabajar no piensa en un seguro médico como es la solución porque uno planea desempeñarse e ir escalando de puestos. Lo valoran más por parte de ellas ya que es más tangible que una mujer salga embarazada y valoran más cuando los gastos medico se a los 2 o 3 meses si no hasta los 6 años. Cuando es un colaborador hombre tiene que reportar que está casado, si esta persona no está trabajando, el banco asume todos los gastos relacionados con el embarazo como si fuera empleada del banco y si esta persona trabaja entonces lo que se hace que se asume

	los gastos del niño una vez que este registrado, aplica el plan medio de 0 a 6 años.
¿Cómo considera que influye el marketing social enfocado en la lactancia materna, en el ámbito laboral?	Fíjese que es muy importante, lastimosamente ahorita estamos en una situación que la gente vive mucho en las redes sociales la gente valora o cree que hay otros tienen estos beneficios y estoy 100% segura que ningún otro tiene estos mismo beneficios que nosotros. Las empleadas no pueden poner una foto de lo que el banco da ya sea recetas pañales o pepitos es algo más callado, pero el resto del mundo mira a que bien tal empresa está dando tal cosa. Y a veces a nosotros nos mandan miren lo que está haciendo tal empresa sin saber que nosotros también tenemos todo eso que no se compara.
¿Tienen colaboradoras que actualmente se encuentren en período de lactancia y/ o maternidad?	Si claro, si tenemos, siendo una organización tan grande siempre hay alguien embarazado por lo menos 10 personas.
¿Cuáles son los beneficios actuales que ofrece la empresa a las mujeres en período de lactancia y/o maternidad?	Si, se toman su hora de lactancia consensuada por su jefe, incluso si hay permisos especiales por algunas condiciones se puede acoplar. Podemos adoptar vacaciones, permisos especiales, licencias.
¿Cuenta actualmente la empresa con espacio adecuado para ejercer la lactancia materna para sus colaboradoras?	No tenemos conocimientos que algunas organizaciones si cuentan con estas salas, pero nosotros preferimos que este tranquilas en sus casas, que vayan y regresen incluso tenemos estacionamientos asignados, para mayor comodidad y por lo momentos así estamos.
Adicional a los beneficios que da la ley en el código de trabajo hondureño para sus colaboradoras en licencia por embarazo o lactancia, ¿brindan otros beneficios?	Si, como les decías si ellas solicitan poder otorgar las vacaciones corrido, adelantar periodos de vacaciones de acuerdo con su tiempo por lo general esto es al año, pero podemos hacer eso, permisos especiales, depende de cada bebe se puede llegar a consensuar cosas. Los puestos que más se complican son servicio al clientes o caja por eso les decía que teníamos el cajero de maternidad para que los cubran.
¿Considera que el desempeño laboral de la mujer al convertirse en madre sufre algún cambio? ¿Cómo es ese cambio?	No es un cambio para mal si sufren un cambio pero no es para mal, muchas veces creo que se vuelven mucho más organizados porque tienen que hacer un horarios pues para poder cumplir con todas las cosas, nunca hemos visto a alguien que por tener un hijo una mujer salvo que sea una situación salud complicada tenga que salir del banco por temas propios siempre hemos visto que se acoplan de acuerdo a lo que solicitamos y vemos el compromiso como le dije anteriormente, pues hemos visto historia de gente que ha tenido operaciones de emergencia y gracias a eso su bebe está vivo y ella está viva entonces regresan con más compromiso.

Perfil del Entrevistado	
Nombre: Yasmin Villanueva	
Nombre de la empresa: OPS Contact Center	
Cargo que desempeña: Jefe de Recursos Humanos	
Antigüedad: 2 años y medio	
Correo electrónico: yasmin.villanueva@ops.com.hn	
Preguntas	**Respuestas**
¿Ha escuchado hablar sobre el marketing social? ¿Cuál es su opinión sobre esto?	Si he escuchado hablar del marketing social, el marketing social en vez de promocionar un producto o un servicio como conocemos generalmente el marketing este pretende principalmente difundir una actitud una idea o un comportamiento que como empresa se tenga que intente superar problemas sociales. Además de hacer la marca reconocida o de hacer divulgar la marca como tal creo que la estrategia interna de las empresas es dar a conocer o convencer al público objetivo de colaborar aportando soluciones diferentes a diferentes problemas. Generalmente lo usan las empresas socialmente responsables que son las que más se amparan en eso del marketing social.
¿Tiene conocimiento de la realización de campañas de marketing social en las empresas?	Si, nosotros somos una empresa socialmente responsable, nosotros lo hacemos. También lo hace Argos que es la cementera y lo hace Sula que son las empresas que más se me vienen ahorita a la mente, igual Ficohsa tiene una parte de marketing social que son empresas que me llaman mucho la atención de como lo hacen.
¿La empresa realiza campañas e iniciativas de marketing social para apoyar la lactancia materna? ¿En qué consisten? (si no lo hacen, ¿Por qué no lo hacen?)	Si tenemos campañas con iniciativas de marketing social específicamente para el tema de la lactancia materna. ¿Cómo lo hicimos? A nosotros nos gusta crear nuestro marketing social ya sea para temas internos o temas externos nos gusta hacerlo con nuestros mismos colaboradores. Llevamos una campaña para el tema de la lactancia, creo que lo hicimos el año pasado, tomamos madres que estaban en tema de lactancia en ese momento, hicimos una campaña interna con los beneficios de la lactancia materna, los beneficios para él bebé, los beneficios para la madre, porque se deben hacer y si tuvimos un impacto con eso. ¿Porque lo hicimos? Para apoyar este tema creo que hay muchas madres que desconocen la importancia de la lactancia materna.
¿Cuáles son los resultados que han obtenido de dichas campañas?	Para las madres internas que son el foco principal, antes que querer proyectar una imagen socialmente responsable o proyectar una imagen que como empresa nos preocupamos por las colaboradoras, realmente a lo interno genuinamente si lo hacemos. Creo que el punto focal son estas mamás que están en periodo de lactancia, hemos obtenido colaboradoras contentas, probablemente más comprometidas. Y para la parte externa y probablemente interna para las personas o las madres que están en maternidad que todavía no han tenido sus veces es tener una empresa más atractiva. Y sentir que son escuchadas, que son valoradas y que no solamente nos interesa su desempeño laboral si no su parte integral como persona.

¿Cómo considera que influye el marketing social enfocado en la lactancia materna, en el ámbito laboral?	El impacto en lo laboral es como lo mencionaba anteriormente, colaboradoras más comprometidas con la empresa. Probablemente con un desempeño diferente, más cómodas. Al final el tema de la lactancia cuando no se tiene un espacio en una empresa y usted está en periodo de lactancia, es incómodo estar en ese periodo y no tener el espacio para poder sacarse su leche, entonces aparte de tener colaboradoras más comprometidas tenemos colaboradoras más cómodas en sus puestos de trabajo.
¿Tienen colaboradoras que actualmente se encuentren en período de lactancia y/ o maternidad?	Si tenemos, tanto en periodo de lactancia como en periodo de maternidad. Tenemos varias que lo usan, no hay un horario específico para cada persona, lo pueden usar a libre demanda. Y las personas que están en maternidad a través del marketing social que hemos hecho, saben que cuando tengan a sus bebés y regresen de su posnatal van a tener un espacio para poder sacar su leche.
¿Cuáles son los beneficios actuales que ofrece la empresa a las mujeres en período de lactancia y/o maternidad?	Ofrecemos los beneficios de ley y ese espacio donde ellas pueden cómoda e higiénicamente sacar su leche.
¿Cuenta actualmente la empresa con espacio adecuado para ejercer la lactancia materna para sus colaboradoras?	Si lo tenemos, el año pasado o antepasado se creó un espacio. Tenemos una clínica para los colaboradores, en ese espacio de la clínica se adecuo un espacio privado para que nuestras colaboradoras en tiempo de lactancia puedan ir a sacarse su leche. Tenemos artes en ese espacio que hablan de la importancia de la lactancia, de los beneficios. Tenemos una refrigeradora para esas madres puedan guardar su leche, lo acondicionamos con un mueble que compramos específicamente para eso con una mesita por si el extractor es eléctrico para que ellas se puedan sentir cómodas en ese espacio.
Adicional a los beneficios que da la ley en el código de trabajo hondureño para sus colaboradoras en licencia por embarazo o lactancia, ¿brindan otros beneficios?	No tenemos ningún beneficio adicional, solo los de ley, está el beneficio de este espacio, tenemos el beneficio de la clínica aunque no está específicamente relacionado al tema de lactancia como tal sin embargo la doctora de la clínica recibe varias consultas de mujeres en periodo de lactancia por temas de dolor, de secreciones. Al final es un beneficio que se da aunque no es específicamente solo para mujeres en periodo de lactancia. También se da espacio para que una mamá pueda solicitar vacaciones y solicitar ese espacio adicional.
¿Considera que el desempeño laboral de la mujer al convertirse en madre sufre algún cambio? ¿Cómo es ese cambio?	Fíjese que yo realmente no creo que el desempeño como tal cambie, pues una persona realmente es comprometida o no con su trabajo por diferentes factores no solo por convertirse en madre. Si existe más ausentismo por parte de una mujer que ya es madre pues tiene otras responsabilidades y pueda ser que el tema de compromiso como tal no hablando de desempeño, cambie para bien en el sentido de que está velando por una vida más y en ese sentido muchas veces si cambia el compromiso.

Perfil del Entrevistado	
Nombre: Doyli Rodriguez	
Nombre de la empresa: Congelados de Honduras	
Cargo que desempeña: Coordinadora Regional de Recursos Humanos	
Antigüedad: 4 años y 7 meses	
Correo electrónico: coordrrhh.tgu@heladosarita.com	
Preguntas	**Respuestas**
¿Ha escuchado hablar sobre el marketing social? ¿Cuál es su opinión sobre esto?	Creo que si una empresa o de recursos humanos no hemos escuchado de marketing social estaríamos mal, toda empresa tiene área de mercadeo pero el marketing social ya tiene que ver bastante con la sociedad, con la responsabilidad social y todo ello. Si he escuchado, nosotros actualmente en congelados de Honduras estructuralmente en mercadeo hace dos años tenemos aquí en Honduras el área de mercadeo. Hasta ahorita estamos con el departamento incursionando en ello.
¿Tiene conocimiento de la realización de campañas de marketing social en las empresas?	Ficohsa lo maneja, lo he visto bastante en bancos, en los canales lo vemos constantemente. Son las empresas que tengo conocimiento que lo manejan, BAC es otra. En el caso nuestro es muy poco hasta el año pasado empezamos a incursionar en el mercadeo y a implementar publicidad pagada, posiblemente ya vayamos para ese rumbo pero la empresa actualmente no lo tememos pero lo he visto en esas que le mencionaba.
¿La empresa realiza campañas e iniciativas de marketing social para apoyar la lactancia materna? ¿En qué consisten? (si no lo hacen, ¿Por qué no lo hacen?)	En nuestra empresa no, nuestra empresa no hemos tenido esa oportunidad. Posiblemente lo hagamos a futuro ahorita que ya nos estamos estructurando bien, entonces posiblemente si lo hagamos a futuro pero actualmente no. Somos 780 colaboradores a nivel nacional y quizás el 60% sean mujeres en heladerías propias tenemos muchas chicas y creería yo que no es falta de conocimiento si no ponerle una mayor relevancia e importancia a la lactancia materna porque sin duda alguna lo es. Si nosotros respetamos los horarios en cuanto a la lactancia eso si es una ley que tenemos que cumplir, pero en cuanto a ello tal vez sea porque son pocas las chicas que salen embarazadas. Cuando salen embarazadas respetamos el pre y posnatal entonces creería que más que todo es porque no se nos ha dado la oportunidad de que alguien venga y nos platique la importancia de la lactancia o de crear alguna campaña para lactancia materna.
¿Cuáles son los resultados que han obtenido de dichas campañas?	*No hacen campañas*
¿Cómo considera que influye el marketing social enfocado en la lactancia materna, en el ámbito laboral?	Eso sería un plus, vendría a ser para las madres para las mujeres que seguramente en la vida en algún momento queramos ser mamás sería un plus para las empresas, una campaña muy favorable porque no creo que ninguna empresa no tenga mujeres. Las mujeres se sentirían más protegidas, se sentirían que les están dando esa importancia de que no sea un cliché el tener un hijo y que no se les brinden oportunidades. Le abriría un poco más la mente a los que gerencia para que le den esa importancia de poder hacer un marketing social respecto a la lactancia materna. Brindaría muchas oportunidades y mayor conocimiento y lo verían como un incentivo las

	mujeres. Vendría a ser un incentivo emocional, quien no va a estar emocionado que le hablen y que le digan sin duda sería algo motivador para cada mujer.
¿Tienen colaboradoras que actualmente se encuentren en período de lactancia y/ o maternidad?	Si casualmente se me va a ir una de prenatal, y actualmente en la empresa hay dos personas que están de maternidad ahorita en su posnatal. A nivel regional manejamos a 300 empleados y son 2.
¿Cuáles son los beneficios actuales que ofrece la empresa a las mujeres en período de lactancia y/o maternidad?	El que por ley corresponde, brindarles su hora diaria como ellas deciden ya sea antes de ingresar, ellas deciden cuál es su horario. Lo dejamos a criterio de las mujeres en qué hora es más conveniente.
¿Cuenta actualmente la empresa con espacio adecuado para ejercer la lactancia materna para sus colaboradoras?	Hasta ahí Congelados de Honduras no ha llegado, si es una visión que se tiene por la cantidad de personas deberíamos de tenerlo, una guardería se debería tener, hasta para las mamás por la cantidad de personal que tenemos. Incluso la ley se lo exige sin embargo muchas empresas obviamos ese tema, Congelados de Honduras ahorita no lo maneja.
Adicional a los beneficios que da la ley en el código de trabajo hondureño para sus colaboradoras en licencia por embarazo o lactancia, ¿brindan otros beneficios?	Preferiblemente nosotros cumplimos con la hora de lactancia, no damos las horas en días. Si lo dejamos ha decisión de la mujer, en cuanto a las vacaciones muchas chicas deciden acumular sus vacaciones para dejar a sus bebés un poquito más grandes. Si tenemos ese beneficio de decisión propia de cada mujer si lo va a ocupar en días o va a ocupar sus vacaciones, incluso adelantan sus vacaciones. Somos bien abierto a ello, porque es necesario y lo dejamos a decisión. Nosotros contratamos a una persona que cubra este puesto durante la persona este fuera para que la deje entrenada y no se le moleste en su tiempo de pre y posnatal o lactancia y vacaciones que no se le moleste porque sabemos que es un tiempo que va a ocupar para su bebé.
¿Considera que el desempeño laboral de la mujer al convertirse en madre sufre algún cambio? ¿Cómo es ese cambio?	Esto va a depender de la persona, no es algo de lo que haya estudios que el rendimiento baja eso sería mentirle no hay estudios de eso. Yo como coordinadora regional de recursos humanos y que trabajo con mujeres le diré que no baja el rendimiento, lo que si es que ya no se están más tiempo en sus labores. Es algo que yo lo platicaba con mi esposo le decía que yo ya me siento preparada para tener un bebe y me decía el vos con tus horarios de trabajo aquí venís a las 7 de la noche como vas a hacer con un bebe porque obviamente demanda más tiempo. Y quizás no es que bajen el rendimiento, obviamente nosotros tenemos un horario de entrada y un horario de salida. Muchas mujeres no lo respetamos yo respeto mi horario de entrada si pero de salida no. Lo que pasa es que las empresas se acostumbran a que la gente o en este caso las mujeres den ese plus de quedarse más tiempo laborando ya con un bebe no lo hacen pero no es que baje su rendimiento. Esto va a depender de si ya la persona quiere seguir o no quiere seguir, muchas renuncian porque los bebés demandan más tiempo o no tienen quien se los cuide pero el rendimiento no he visto que lo han bajado. Al contrario se ponen más pilas porque hay una personita más ahí que hay que mantener entonces no baja el rendimiento. Lo que si baja a veces es ese plus que le suelen dar a las empresas y que muchas veces nos acostumbramos a

	ello que esa persona esté más tiempo y pensamos que porque este más tiempo puede avanzar más.

Perfil del Entrevistado	
Nombre: Gabriela Lizardo	
Nombre de la empresa: Unilever	
Cargo que desempeña: HR Country Lead	
Antigüedad: 11 años	
Correo electrónico: gabriela.lizardo@unilever.com	
Preguntas	**Respuestas**
¿Ha escuchado hablar sobre el marketing social? ¿Cuál es su opinión sobre esto?	Si, el concepto es bastante amplio si se implemente al área de la cual yo estoy, hasta cierto punto el tema de equidad de género, mejorar calidad de vida de los colaboradores de la empresa, de la proyección que las organizaciones dan en el entorno que se desarrollan, a grandes rasgos eso es lo que tengo en el radar relacionado con marketing social, es hasta cierto punto como la empresa se proyecta externamente verdad y también lo que reflejan los empleados de las organizaciones en los entornos en los cuales se desarrollan, marketing no solo viene en presencia en redes, presencia en medios, sino también la referencia que el colaborador de las organizaciones dan en los entornos en los que ellos se mueven, familias, amigos, conocidos, etc.
¿Tiene conocimiento de la realización de campañas de marketing social en las empresas?	Fíjese que nosotros hacemos marketing de hecho por varios medios, utilizamos mucho redes profesionales LinkedIn es donde nosotros tenemos más presencia para dar a conocer las practicas que nosotros tenemos como organización no solo localmente sino a nivel global verdad, es el día a día de una organización como Unilever.
¿La empresa realiza campañas e iniciativas de marketing social para apoyar la lactancia materna? ¿En qué consisten? (si no lo hacen, ¿Por qué no lo hacen?)	Nosotros no solamente enfocamos nuestro marketing social al tema de lactancia, nosotros como compañía vamos como un paso adelante sobre eso por qué, porque por ejemplo nosotros tenemos una licencia por maternidad, que en esa licencia excede los 36 a lo que la legislación local indica, ya no nos manejamos en 84 días sino que estamos en 120 días, que más promovemos, tenemos flexibilidad para las posiciones que por su naturaleza se puede realizar hibrida ¿Qué significa esto? Para las empleadas que están en esa etapa de maternidad pueden estar en sus hogares realizar su actividad y tener esa flexibilidad y equilibrio vida laboral vida personal que en una etapa tan importante como son los primeros meses de maternidad es demasiado transcendental para nuestra gente, o sea una mamá que de hecho le hablo de mi experiencia personal, yo tengo un bebé de apenas 9 meses y esa flexibilidad de poder trabajar desde casa me ha ayudado obviamente en temas de lactancia porque no tengo esa presión de una hora al día que es lo que la legislación local indica sino que la flexibilidad me ayuda a disfrutar de esa etapa y darle lo mejor en este caso a mi hijo.
¿Cuáles son los resultados que han obtenido de dichas campañas?	Fíjese que el resultado es genial porque el tema de flexibilidad increíblemente no reduce tema de productividad de hecho lo dispara increíblemente lo mejora porque tenemos a mamás comprometidas como parte del equipo, valoran mucho la parte de flexibilidad y la oportunidad de ver crecer a sus bebes, un niño menos de un año o incluso menos de dos es

	un bebé y lo vemos impactado dentro del tema de la productividad.
¿Cómo considera que influye el marketing social enfocado en la lactancia materna, en el ámbito laboral?	En el ámbito laboral influye de manera positiva porque la colaboradora se siente apoyada por la etapa que está viviendo en el momento que implica una maternidad como tal, también eso nos ayuda a nosotros como marca empleadora externamente pues, se vuelve la compañía referente en este tipo de prácticas sobre todo a nivel local en las que una licencia de maternidad inclusive en compañías trasnacionales como nosotros todavía se maneja lo mínimo legal.
¿Tienen colaboradoras que actualmente se encuentren en período de lactancia y/ o maternidad?	Fíjese que recién salió una colaboradora, recientemente termino su periodo digamos de su licencia, sin embargo, esta en este momento en una lactancia activa, trabaja de manera hibrida, de hecho, trabaja más de forma remota que hibrida, tiene únicamente presencia en oficinas solo para lo que se requiere, así que está disfrutando totalmente de su tema de maternidad y por ende de su bebé y todo lo relacionado con todos los beneficios que da la lactancia.
¿Cuáles son los beneficios actuales que ofrece la empresa a las mujeres en período de lactancia y/o maternidad?	Ok bueno, nosotros damos como le mencionaba una licencia de 36 días adicionales a lo que menciona la ley, damos también charlas nutricionales tanto para la madre como el padre de un recién nacido, tenemos un programa que se llama Maps y es justamente dar ese acompañamiento a mamás y a empleados que son papás y tienes a sus esposas en período de maternidad, tenemos por ahí para padres una licencia remunerada de tres semanas cuando tienen un recién nacido, eso legalmente en Honduras justamente creo que hace unas dos semanas empezó la discusión en el congreso nacional para dar una licencia a los papás, nosotros ya estamos delante de eso y bueno ese es el tipo de beneficio que nosotros ofrecemos en este momento.
¿Cuenta actualmente la empresa con espacio adecuado para ejercer la lactancia materna para sus colaboradoras?	Fíjese que nosotros hemos evaluado muchísimas veces la opción, en este momento por el número de colaboradoras que tenemos, obviamente en esa edad reproductiva que es transcendental, a nosotros no nos da la cantidad de mujeres para poder venir a implementar esos espacios, se evalúa a nivel de Unilever por ejemplo en lugares como fabricas donde hay mucha mujer operaria y por la naturaleza de su función tiene si o si en su lugar de trabajo de manera presencia, entonces nosotros hemos hecho la evaluación por el número de empleadas que tenemos justamente en edad reproductiva y el ejercicio no se presta para, pero lo compensamos con el hecho de la flexibilidad, en Unilever la mayor parte de las chicas que nosotros tenemos pueden ejercer su labor desde casa prácticamente 3 días desde su casa o una cosa así por eso es súper importante el tema de flexibilidad que nosotros hoy tenemos.
Adicional a los beneficios que da la ley en el código de trabajo hondureño para sus colaboradoras en licencia por embarazo o lactancia, ¿brindan otros beneficios?	Fíjese que este le mencionaba que el tema de la licencia está por encima que lo que la ley establece, la ley le dice a uno que tres meses y Unilever da cuatro meses y medio, concede todo lo relacionado con e inclusive con extender el periodo de lactancia lo más que se pueda, que son 17 días calendario, también

	procuramos que la empleada venga y tome sus vacaciones y aproveche y se sienta lista para regresar a trabajar y no solo porque regrese porque ya paso su tiempo. Eso es súper importante para nosotros obviamente se agrega el tema de la flexibilidad que insisto con ello, sin embargo, una cultura tan tradicional como la nuestra todavía postpandemia se tiene esa mentalidad que la persona no está en el lugar no está produciendo, nosotros la verdad que como negocio hemos comprobado que podemos ser productivos independientemente de donde nos encontremos y los resultados como negocios nos acompañan, he que más, pues charlas, charlas para padres y madres, también tenemos asesorías del área de nuestra salud ocupacional para hacer acompañamiento a las mamás y papás que estén en esta etapa, nosotros tenemos una clínica para empleados y hacemos también ese acompañamiento y también tenemos programa de atención de empleados que es una plataforma para empleados o sus familiares, de qué sirve esta plataforma? Nos da cualquier tipo de asesoría, psicológica, legal, este para cualquier condición o condición que nosotros necesitemos verdad inclusive se hace asesoría nutricional y se llama programa de atención a empleados, la pueden utilizar el empleado o familiar de nuestro empleado.
¿Considera que el desempeño laboral de la mujer al convertirse en madre sufre algún cambio? ¿Cómo es ese cambio?	Realmente no tenemos mayor afectación, no hay mayor afectación obviamente al inicio de la etapa pues por eso justamente se tiene un periodo de licencia, es un cambio importante para la mujer, un cambio muy importante, mueve la dinámica de la familia no solo de la vida de la mamá, es una dinámica familiar que se mueve, sin embargo, en la productividad no se ve afectada en lo absoluto, de hecho, en la mayoría de los casos se impulsa y la mujer se energiza obviamente tomando en cuenta que la condición y la demanda física que implica la maternidad, la maternidad es un trabajo adicional es bastante demandante en cuanto a energía, sin embargo, nosotros no vemos mayor afectación en nuestras empleadas al contrario su desempeño muchísimas veces mejora, tienen una motivación adicional.

6.3 Hallazgos

Con base en las entrevistas a profundidad realizadas a Gerentes y jefes de Recursos Humanos de las distintas empresas del Distrito Central de Honduras, se determinó que en su mayoría, si tienen el conocimiento de que es el marketing social y como las diferentes estrategias y campañas pueden ayudar al desarrollo de temas importantes y como el marketing es de suma importancia para poder llevarlo a cabo.

Según lo expresado por los entrevistados todos tiene presente distintas campañas realizada por marketing social, no necesariamente implementadas por la empresa que forman parte, sino, también por otras organizaciones que incentivan este tipo de temas, y esto se ve más reflejado en el área de la banca afirmo una de las entrevistadas, ellos implementan más este tipo de conceptos.

Actualmente algunas de estas empresas a la que pertenecen los entrevistados, realizan campañas e incentivan de marketing social para apoyar la lactancia materna, se determina y es que ellos consideran que este tipo de temas son considerados tabús dentro de nuestra cultura hondureña, con exenciones como es caso de BAC que si realizan campañas de marketing social pero no enfocadas en lactancia materna. También tenemos empresas como Banco Atlántida que tienen un plan muy estructurado donde sus campañas son muy completas en apoyo a la mujer brindando muchos beneficios y cuidados a tener en este periodo.

Todos los entrevistados coinciden en que los resultados de la implementación de estas campañas les preocupa el bienestar de sus colaboradores principalmente las madres que son el foco de atención son mayor valoradas por parte de ellos ya que ayudan al desarrollo con las diferentes capacitaciones que reciben, precauciones que deben tener y sobre todo el grado de satisfacción que sus colaboradoras tengan con el apoyo que reciben por parte de la empresa.

En la actualidad todas estas empresas tienen colaboradoras en periodo de lactancia y/o maternidad afirman los encuestados, siendo organizaciones grandes siempre tienen alguna mujer pasando por este periodo, ya que todos coinciden también que la mayor parte de sus colaboradores son mujeres con porcentajes muy altos, como es el caso de BAC que el 58% son mujeres.

De los beneficios que las organizaciones ofrecen a sus colaboradoras coinciden según lo expresado por los entrevistados, todas las colaboradoras tiene su hora para poder hacer su lactancia, al igual que permisos especiales consensuadas con su jefe, en el caso especial de Unilever ellos dan una licencia de maternidad que este es un beneficio adicional que ellos ofrecen sobre lo establecido por la Ley, al igual en el caso diferenciar de Banco Atlántida que ellos tiene su Cajero de maternidad, porque la mayor parte de sus colaboradores se concentra en el área de caja.

En base a las entrevistas a profundidad realizadas a Gerentes y Jefes de recursos humanos, determinamos que la mujer si sufre un cambio al convertirse en madres, pero es un cambio positivo, todos los entrevistados coinciden que la mujer sufre cambios para bien ya que se vuelven personas más comprometidas, se vuelven más organizadas ya que un bebe demanda tiempo, valoran más el poder tener beneficios que les ayuden a poder llevar una vida donde puedan cumplir con sus Labores profesionales sin descuidar su labor como madres.

VII. CONCLUSIONES

- Concluimos la presente investigación afirmando que, el marketing social enfocado en la lactancia materna en un ambiente laboral dentro del Distrito Central de Honduras impacta positivamente en dicho entorno, mismo se ve reflejado en el desempeño de sus colaboradoras y el grado de compromiso que ejercen hacia dichas empresas.
- Logramos identificar que los factores sociales que implican ejercer lactancia materna fuera de los hogares se atribuyen de manera considerable a la información que las personas poseen, muchas mujeres ya no tienen problemas con realizarlo de manera consiente fuera de sus casas, pero a la vez hay una minoría donde sigue señalando este acto como vergonzoso, se presta a críticas y es manejado como un tabú.
- Logramos identificar que todas las empresas dan a sus colaboradoras los beneficios que por legislación hondureña se le son otorgados; seguro social, licencia de ausencia remunerada prenatal y postnatal, horas de lactancia y por parte de la empresa cuentan con algunos beneficios adicionales a los antes expresados.
- La investigación nos mostró que una oportunidad por parte de las empresas es poder adecuar espacios amigables para ejercer la lactancia materna, ya que no todas tienen uno adaptado exclusivamente para dicha labor.
- Las empresas dentro del Distrito Central de Honduras tienen a disposición de las mujeres en período de maternidad y/ o lactancia, beneficios adicionales a los que la ley hondureña otorga, algunos de esos beneficios son; extensión de la incapacidad postnatal, regalías de productos, horarios flexibles, monetario y algunas tienen licencia de ausencia a los padres.
- La mayor parte de las mujeres hondureñas que reciben beneficios por maternidad y/ o lactancia dentro del Distrito Centras de Honduras, están satisfechas con los beneficios otorgados por ley y adicionales que las empresas les brinda de manera adicional.

- Podemos concluir diciendo que, el desempeño laboral de las mujeres al convertirse en madres no es afectado por dicho cambio, al contrario, toda mujer tiene mayor motivación e inspiración para desempeñarse de manera más eficiente, leal y responsable ante una empresa que le ha dado apoyo.

VIII. RECOMENDACIONES

- Se recomienda hacer uso del marketing social enfocado a la lactancia materna dentro de los establecimientos de trabajo lo cual provocaría un impacto positivo en el desempeño de las colaboradoras, reflejando interés por parte de los patronos en el bienestar de ellas y sus hijos.
- Para poder erradicar la mayoría de los factores que impiden que las madres ejerzan la lactancia materna fuera de sus hogares y hacerlo libremente y sin prejuicios, se recomienda que realicen capacitaciones donde se brinde información a las colaboradoras sobre la lactancia; donde se les explique cuáles son los beneficios y las consecuencias de no hacerlo al dejarse influenciar por estos factores. La minoría que aún puede presentar problemas con ejercer lactancia fuera de sus hogares podría cambiar esta actitud a través del conocimiento necesario para ejercer la lactancia.
- Es recomendable por parte de los entes respectivos que se haga una auditoria con la finalidad de velar por los derechos de las madres en periodo de maternidad y lactancia, adicional a esto asegurar que efectivamente cuentan con los derechos que por ley le corresponden a cada una.
- Si bien es cierto por parte de nuestra cultura velar por la lactancia no es algo que suela hacerse y no se espera por parte de los establecimientos de trabajo, pero esto ha cambiado en los últimos años. Las empresas buscan ser reconocidas como empresas socialmente responsables por ende tratar de cumplir con diversos requisitos dependiendo de la norma bajo la cual se deseen certificar, por lo que se recomienda adecuar espacios exclusivos para ejercer la lactancia materna; un lugar higiénico y con posibilidad de almacenamiento. Se puede empezar por un lugar pequeño dentro de la empresa y organizar por horarios de acuerdo con la cantidad de madres que deban hacer uso de la sala.

- Se recomienda a las empresas que solamente brindan los beneficios de ley, buscar un esquema de beneficios que les permita dar más opciones a las colaboradoras en periodo de lactancia/maternidad. Estos beneficios no precisamente deben monetarios, se puede tratar de incentivos de tiempo, la posibilidad de tomar sus vacaciones o el tiempo de lactancia en días.
- Es primordial que los patronos conozcan la opinión de sus empleadas respecto a los beneficios que se les otorgan, por ello recomendamos que se apliquen encuestas que les permitan medir en sus colaboradoras el nivel de satisfacción y en base a esto puedan realizar cambios que les permitan mantener empleadas contentas con sus trabajos y beneficios.
- Una mujer al convertirse en madre sufre diversos cambios, para el patrono recomendamos evaluar periódicamente el desempeño de sus empleados en diferentes indicadores de acuerdo con su rubro. Al medirlo si se percibe un bajo rendimiento, recomendamos ejecutar un plan de apoyo a la colaboradora que le permite cruzar la curva de reintegro hasta lograr una adaptación a su nueva vida y todo lo que involucra.

IX. PROPUESTA

Variable	Pregunta	Objetivo	Indicador	Propuesta	Estrategia	Presupuesto
Marketing Social	¿Cómo puede influir una campaña de marketing social enfocada en la lactancia materna en un ambiente laboral?	Investigar cómo influye el marketing social enfocada en la lactancia materna en un ambiente laboral dentro del Distrito Central de Honduras.	Porcentaje de empresas que hacen uso de marketing social	Diseñar una campaña de marketing social enfocado a la lactancia materna dentro de los establecimientos de trabajo.	Realizar webinar invitando a expositores expertos en marketing social para compartir su experiencia en el desarrollo de campañas dentro de organizaciones.	L. 45,000
Factores Sociales	¿Cuáles son los factores sociales que implica ejercer la lactancia fuera de sus hogares?	Identificar cuáles son los factores sociales que implica ejercer la lactancia fuera de sus hogares.	Porcentaje de madres de menor edad Porcentaje de desinformación sobre el tema	Realizar capacitaciones donde se brinde información sobre la lactancia materna y sus beneficios.	Realizar capacitaciones por medio de organizaciones como CCIT y UNICEF, para brindar esa informacion vital en este tiempo.	L. 30,000
Período de Lactancia	¿Cuáles son los beneficios actuales que tienen las mujeres en periodo de lactancia y/o maternidad en las empresas hondureñas?	Identificar los beneficios actuales que tienen las mujeres en período de lactancia y/o maternidad en las empresas hondureñas.	Promedio de beneficios recibidos por parte de las empresas	Auditoría por parte de los entes encargados para velar que se cumpla con los beneficios de ley.	Realizar investigaciones acerca de los beneficios de ley que ofrece a la lactancia materna por medio del Colegio de Abogados de Honduras.	L. 10,000
Espacio para ejercer lactancia	¿Las empresas hondureñas en la actualidad tienen a disposición de las madres espacios adecuados para ejercer lactancia en su lugar de trabajo?	Conocer si las empresas hondureñas en la actualidad tienen a disposición de las madres espacios adecuados para ejercer lactancia en su lugar de trabajo.	Porcentaje de encuestadas con un lugar adecuado para ejercer lactancia	Adecuar espacios exclusivos para ejercer la lactancia materna; un lugar higiénico y con posibilidad de almacenamiento.	Realizar capacitaciones informativas con profesionales de la salud especializados en lactancia, para poder tener un acondicionamiento adecuado de una sala de Lactancia Materna.	L. 90,000
Código de Trabajo Hondureño	¿Las empresas disponen de beneficios adicionales para sus colaboradoras en licencia por embarazo o lactancia, excluyendo las que tienen por ley en el código de trabajo hondureño?	Investigar si las empresas disponen de beneficios adicionales para sus colaboradoras en licencia por embarazo o lactancia, excluyendo las que tienen por ley en el código de trabajo hondureño.	Porcentaje de beneficios relacionados con tiempo libre y monetario	Crear un esquema de beneficios que les permita dar más opciones a las colaboradoras en periodo de lactancia/maternidad.	Desarrollar un plan estratégico donde se acoplen ciertos beneficios otorgados por la organización avalados por la UNICEF y La Ley Fomento de Lactancia Materna en Honduras.	L. 40,000
Nivel de Satisfacción	¿Qué tan satisfechas se encuentran las mujeres con las condiciones y beneficios con los que actualmente disponen para la protección de la lactancia?	Conocer qué tan satisfechas se encuentran las mujeres con las condiciones y beneficios con los que actualmente disponen para la protección de la lactancia.	Porcentaje de satisfacción respecto a las condiciones y beneficios otorgados	Medir la satisfacción de las colaboradoras y en base a esto pueda realizar cambios.	Realizar encuestas de satisfacción de las colaboradoras que trabajen y este periodo de lactancia para poder ver si están conformes con los beneficios otorgados por la organización a donde pertenecen.	L. 2,500
Desempeño Laboral	¿Dentro del desempeño laboral de una mujer al convertirse en madre este sufre algún cambio? ¿Es este positivo o negativo?	Investigar si dentro del desempeño laboral de una mujer al convertirse en madre este sufre algún cambio y si este es positivo o negativo.	Porcentaje de mujeres con diferencias en el cumplimiento de sus labores	Evaluar periódicamente el desempeño de sus empleados en diferentes indicadores de acuerdo con su rubro. Ejecutar un plan de apoyo a la colaboradora que le permite cruzar la curva de reintegro.	Elaborar una metodología de evaluación donde se incluyan los diferentes indicadores de cumplimiento permitiendo validar cuales son los que está cumpliendo y en cuales está bajando su rendimiento.	L. 5,000

Tabla 3. Propuesta

9.1 Cronograma de actividades

No.	Variable	Actividad	Responsable	Fecha inicial	Fecha final	Duración	D	L	M	M	J	V	S
1	Marketing Social	Realizar webinar invitando a expositores expertos en marketing social para compartir su experiencia en el desarrollo de campañas dentro de organizaciones.	Gerente de mercadeo / Gerente de RRHH / Capacitador	1/4/2023	30/4/2023	1 mes							
2	Factores Sociales	Realizar capacitaciones por medio de organizaciones como CCIT y UNICEF, para brindar esa información vital en este tiempo.	Capacitador	1/4/2023	30/4/2023	1 mes							
3	Período de Lactancia	Realizar investigaciones acerca de los beneficios de ley que ofrece a la lactancia materna por medio del Colegio de Abogados de Honduras, ejecutar auditorias que permitan constatar que se otorgan los derechos correspondientes a las mujeres en el periodo de lactancia.	Ministerio de trabajo	1/4/2023	1/6/2023	2 meses							
4	Espacio para ejercer lactancia	Realizar capacitaciones informativas con profesionales de la salud especializados en lactancia, para poder tener un acondicionamiento adecuado de una sala de Lactancia Materna.	Gerente de RRHH / Capacitador	1/4/2023	30/4/2023	1 mes							
5	Código de Trabajo Hondureño	Desarrollar un plan estratégico donde se acoplen ciertos beneficios otorgados por la organización avalados por la UNICEF y La Ley Fomento de Lactancia Materna en Honduras.	Gerente de RRHH	1/4/2023	30/4/2023	1 mes							
6	Nivel de Satisfacción	Realizar encuestas de satisfacción de las colaboradoras que trabajen y este periodo de lactancia para poder ver si están conformes con los beneficios otorgados por la organización a donde pertenecen.	Gerente de RRHH	1/4/2023	30/4/2023	1 mes							
7	Desempeño Laboral	Elaborar una metodología de evaluación donde se incluyan los diferentes indicadores de cumplimiento permitiendo validar cuales son los que está cumpliendo y en cuales está bajando su rendimiento.	Gerente de RRHH / Gerente de operaciones	1/4/2023	30/4/2023	1 mes							

Tabla 4. Cronograma de actividades

X. BIBLIOGRAFÍA

Abbott, M. W., Binde, P., Clark, L., Hodgins, D. C., Johnson, M. R., Manitowabi, D., . . . Williams, R. J. (22 de Noviembre de 2018). *GREO*. Obtenido de https://www.greo.ca/Modules/EvidenceCentre/files/GREO%20(2019)%20Social%20Factors%20Summary%20-%20Spanish.pdf

Almarza, A. L. (2010). Alimentación del lactante sano.

Basain Valdés, J. M. (2015). Duración de la lactancia materna exclusiva, estado nutricional y dislipidemia en pacientes pediátricos. Cuba.

Becerra-Bulla, F. B.-B.-B. (2015). Leptina y lactancia materna: beneficios fisiológicos. *Revista de la Facultad de Medicina*, 119-126.

CCIC. (Junio de 2022). *Camara de Comercio e Industrias de Cortés*. Obtenido de https://www.ccichonduras.org/website/

Dvoskin, R. (2004). *Fundamentos de marketing.* Ediciones Granica SA.

Economia3. (05 de Febrero de 2023). Obtenido de https://economia3.com/satisfaccion-laboral/

Escobar, P. (2020). Obtenido de https://blog.fundacionexito.org/el-marketing-y-la-lactancia-materna

Ferrer, J. (Agosto de 2014). *Enciclopedia*. Obtenido de Enciclopedia: https://enciclopedia.net/factores/

Forero Santos, J. A. (2010). *El marketing social como estrategia para la promoción de la salud.* Madrid.

Franco. (s.f). *Campañas de Marketing Social*. Obtenido de https://www.monografias.com/trabajos104/marketing-social-lactancia-materna/marketing-social-lactancia-materna

Gutiérrez Gutiérrez, A. E. (2001). Nivel de conocimiento sobre la lactancia materna. *Revista Cubana de Enfermería*, 42-46.

Gúzman-Miranda, C. O.-R. (2012). *La deficinión de factores sociales en el marco de las investigaciones actuales.* Santiago.

Kotler, P. &. (1991). *Marketing Social: estrategias para cambiar la conducta pública.* Madrid: Ediciones Diaz de Santos.

Mamani Avendaño, Y. M. (2019). *Desempeño Laboral.*

Méndez, G. (s.f.). *Lactancia materna*. Obtenido de Lactancia materna. Revista cubana de Enfermería, 18(1), 15-22.

Morales, R. (1959). Código del Trabajo y sus reformas. Tegucigalpa, Distrito Central, Honduras.

Organización Internacional del Trabajo OIT. (2011). *Gooogle Académico*. Obtenido de wcms_220030.pdf (ilo.org)

Pérez Porto, J. (7 de Octubre de 2008). *Definición.de*. Obtenido de https://definicion.de/niveles/

Pérez Porto, J. G. (4 de Abril de 2011). *Definición.de*. Obtenido de https://definicion.de/satisfaccion/

Pérez Porto, J. M. (6 de Marzo de 2009). *Definición.DE*. Obtenido de https://definicion.de/social/

Pérez Porto, J. M. (17 de Abril de 2017). *Definicion.de*. Obtenido de https://definicion.de/desempeno/

Pérez, M. (20 de Octubre de 2021). *Definición.de*. Obtenido de https://conceptodefinicion.de/laboral/

Plus, C. (2018). Lactancia Materna. Editorial Revistas, SL.

Real Academia Española. (2023). *Real Academia Española*. Obtenido de RAE: https://dle.rae.es/laboral

Revista de Derecho de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso. (2009). Obtenido de Los efectos de la protección a la maternidad para la concreción de la igualdad de trato entre hombres y mujeres en el trabajo (scielo.cl)

Rojas, F. A. (2005). Marketing social y Ética empresarial. Madrid: ESIC.

SciELO. (Septiembre de 2010). Obtenido de SciELO: http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-95182010000300010

Secretaría General Iberoamericana . (Septiembre de 2019). *Google Académico*. Obtenido de Textos-legales Honduras.pdf (segib.org)

Thompson, I. (2005). *La Satisfacción del Cliente.* Bolivia.

Ucha, F. (Noviembre de 2010). *Definicionabc*. Obtenido de https://www.definicionabc.com/general/satisfaccion.php

UNICEF. (Agosto de 2021). Obtenido de https://www.unicef.org/mexico/informes/lactancia-en-el-lugar-de-trabajo

Velásquez, A. (2023). *QuestionPro*. Obtenido de QuestionPro: https://www.questionpro.com/blog/es/desempeno-laboral/

XI. ANEXOS

ENCUESTA

Buen día, somos estudiantes de la carrera de Mercadotecnia en el Centro Universitario Tecnológico (CEUTEC). Solicitamos de su valioso apoyo llenando la siguiente encuesta para el proyecto de graduación en la que buscamos responder a varias interrogantes con respecto al marketing social para la lactancia materna en centros de trabajo dentro del Distrito Central de Honduras. Las respuestas proporcionadas serán manejadas de manera confidencial y se utilizarán para fines investigativos.

Preguntas filtro:

F1. Edad.

___ De 19 a 24 años.

___ De 25 a 29 años.

___ De 30 a 34 años.

___ De 35 a 39 años.

___ De 40 años en adelante.

*Si tiene más de 40 años, fin de la encuesta.

F2. ¿Reside en el distrito central de Honduras?

___ Si.

___ No.

*Si no, fin de la encuesta.

F3. ¿Está laborando actualmente?

___ Si.

___ No.

*Si no trabaja, fin de la encuesta.

F4 ¿Se encuentra en período de lactancia y/o maternidad?

___ Si.

___ No.

*Si no, fin de la encuesta.

1. **Seleccione el rango de edad de su hijo(a).**

___ De 0 a 6 meses.

___ De 6 meses a más.

*Selección única.

2. **¿Cuál de los siguientes factores considera que le impide ejercer la lactancia materna fuera de su hogar?**

___ Vergüenza.

___ Críticas.

___ Tabús.

___ Falta de espacios adecuados para la lactancia.

___ Falta de información.

___ No tengo problemas con ejercer la lactancia fuera de mi hogar.

___ Otros (especifique) _____.

*Selección múltiple.

3. **Previo a entrar al período de lactancia y/o maternidad ¿Recibió usted información sobre está?**

___ Si.

___ No.

*Si no, pase a pregunta 6.

4. **Seleccione el medio por el cual obtuvo la información sobre la lactancia**

___ Redes sociales

___ Aplicaciones

___ Internet

___ Televisión

___ Seguro social

___ Clínica privada

___ Capacitación Laboral

5. **¿Cómo califica la información que recibió sobre lactancia materna?**

Nada importante ¿Por qué? ___	**Poco Importante ¿Por qué? ___**	**Indiferente**	**Importante**	**Muy importante**
1	2	3	4	5

6. **¿Realiza la empresa donde labora, campañas e iniciativas que apoyen la protección de la lactancia materna?**

___ Si.

___ No.

7. **¿En su establecimiento de trabajo, cuenta con un espacio exclusivo para ejercer lactancia materna?**

___ Si.

___ No.

*Si no, pase a pregunta 9.

8. **¿El espacio exclusivo para ejercer lactancia materna está debidamente adecuado para esta labor?**

___ Si.

___ No.

9. **¿Recibe apoyo por parte de su jefe inmediato respecto a ejercer la lactancia materna dentro del establecimiento de trabajo?**

___ Si.

___ No.

10. **¿En su empresa disponen de beneficios adicionales para el apoyo de la lactancia y/o maternidad?**

___ Si.

___ No.

*Si no, pase a pregunta 12.

11. Selecciones cuales son esos beneficios

___ Extensión de incapacidad posnatal.

___ Regalías de producto.

___ Monetario.

___ Horarios flexibles.

___ Home office.

___ Otros (especifique) _____.

*Selección múltiple.

12. ¿Qué tan satisfecho se encuentra con las condiciones y beneficios que la empresa le otorga para la protección de la lactancia?

- Muy insatisfecho

  ¿Por qué? _____.
- Insatisfecho

  ¿Por qué? _____.
- Indiferente.
- Satisfecho.
- Muy satisfecho.

*Selección única.

13. ¿Qué tipo de beneficios le gustaría obtener por parte de la empresa durante su periodo de lactancia?

- Monetario.

- Médico.
- Tiempo libre.
- Transporte.
- Comodidades dentro del establecimiento de trabajo.
- Otros (especifique) _____.

*Selección múltiple.

14. ¿Considera que su desempeño laboral sufrió algún cambio al convertirse en madre?

___ Si.

___ No.

*Si no, finaliza la encuesta.

15. ¿Cómo cataloga dicho cambio?

- Mayor motivación
- Cumplimiento de meta
- Mayor rendimiento en la jornada laboral
- Lealtad a la organización
- Ausencias frecuentes
- Desconcentración
- Agotamiento físico y mental
- Bajo rendimiento
- Otros (especifique) _____.

*Selección Múltiple

¡Gracias!

*Fin de la encuesta.

ENTREVISTA

Buen día, somos estudiantes de la carrera de mercadotecnia en el Centro Universitario Tecnológico (CEUTEC). Agradecemos de antemano por su colaboración respondiendo a las preguntas de la entrevista para la tesis en la que buscamos responder a varias interrogantes con respecto al marketing social para la lactancia materna en centros de trabajo dentro del Distrito Central de Honduras. Las respuestas proporcionadas serán manejadas de manera confidencial y se utilizarán para fines investigativos.

1. ¿Cuál es su nombre?
2. ¿Cuál es su correo electrónico?
3. ¿Cuál es el nombre de la empresa?
4. ¿Cuál es su cargo dentro de la empresa?
5. ¿Cuál es su antigüedad en el puesto?
6. ¿Ha escuchado hablar sobre el marketing social? ¿Cuál es su opinión sobre esto?
7. ¿Tiene conocimiento de la realización de campañas de marketing social en las empresas?
8. ¿La empresa realiza campañas e iniciativas de marketing social para apoyar la lactancia materna? ¿En qué consisten? (si no lo hacen, ¿Por qué no lo hacen?)
9. ¿Cuáles son los resultados que han obtenido de dichas campañas?
10. ¿Cómo considera que influye el marketing social enfocado en la lactancia materna, en el ámbito laboral?
11. ¿Tienen colaboradoras que actualmente se encuentren en periodo de la lactancia y/o maternidad?
12. ¿Cuáles son los beneficios actuales que ofrece la empresa a las mujeres en período de lactancia y/o maternidad?

13. ¿Cuenta actualmente la empresa con espacio adecuado para ejercer la lactancia materna para sus colaboradoras?

14. Adicional a los beneficios que da la ley en el código de trabajo hondureño para sus colaboradoras en licencia por embarazo o lactancia, ¿brindan otros beneficios?

15. ¿Considera que el desempeño laboral de la mujer al convertirse en madre sufre algún cambio? ¿Cómo es ese cambio?

Despedida y agradecimiento.

FIN.

Campaña para promover la lactancia materna OPS Contact Center – Distrito Central

Ilustración 7. Espacio para ejercer lactancia - OPS Contact Center

Ilustración 8. Espacio para ejercer lactancia - OPS Contact Center

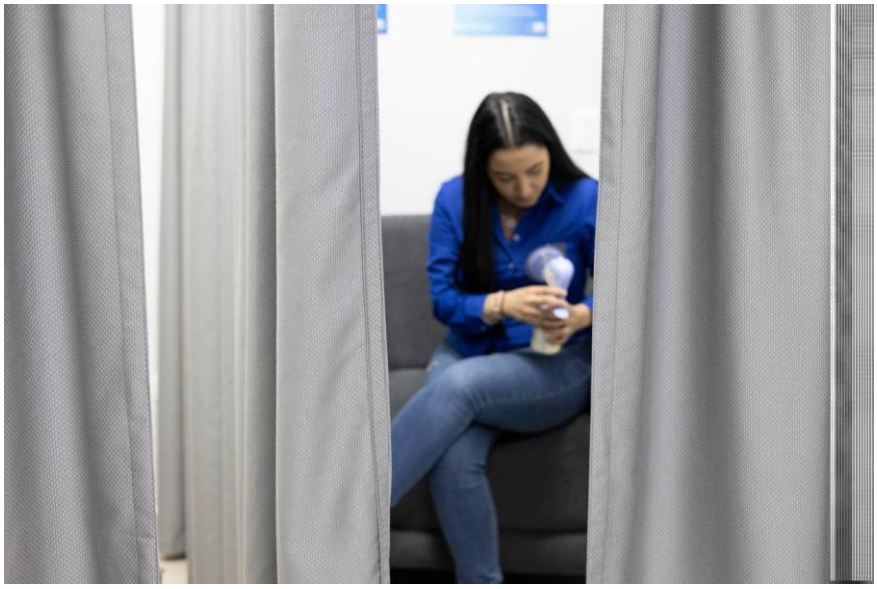

Ilustración 9. Espacio para ejercer lactancia - OPS Contact Center

Ilustración 10. Espacio para ejercer lactancia - OPS Contact Center

Ilustración 11. Captura de video promocional - OPS Contact Center

Ilustración 12. Captura de video promocional - OPS Contact Center

Ilustración 13. Captura de video promocional - OPS Contact Center

Ilustración 14. Captura de video promocional - OPS Contact Center

Ilustración 15. Captura de video promocional - OPS Contact Center