

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE HONDURAS
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
POSTGRADOS DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS-POSFACE
DOCTORADO EN DIRECCIÓN EMPRESARIAL



TESIS

FACTORES DE RESTRICCIÓN E INNOVACIÓN DE LOS EMPRENDIMIENTOS
CERVECEROS ARTESANALES PARA INCURSIONAR EN EL MERCADO MASIVO EN
HONDURAS

PRESENTADA POR

MÁSTER JOSÉ VALDO ACOSTA TZIN

PARA OPTAR AL GRADO DE:

DOCTOR EN DIRECCIÓN EMPRESARIAL

DIRECTOR DE TESIS: DR. MARIO ACEVEDO

PROMOCIÓN IV

TEGUCIGALPA, DISTRITO CENTRAL, HONDURAS, C.A., MARZO DE 2024

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

DR. ODIR AARÓN FERNÁNDEZ

RECTOR

LOURDES MURCIA

VICERRECTOR ACADÉMICO A.I

DRA. JESSICA PATRICIA SÁNCHEZ MEDINA

SECRETARIA GENERAL

MÁSTER OSCAR ARQUIMEDES ZELAYA

DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS A.I

DR. FRANCISCO MARTINEZ

COORDINADOR GENERAL DE POSGRADOS
DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
(POSFACE)

DRA. JOSELYN ALVARADO SIWADY

COORDINADORA DEL DOCTORADO EN DIRECCIÓN EMPRESARIAL

DEDICATORIA

La tesis doctoral que se presenta en este documento es dedicada a mi amado padre José Vidal Acosta, el cual siempre me motivó a seguir estudiando y nunca rendirme a pesar de cual difícil sea el camino, a brindarle la mano al prójimo y el temor a Dios sobre todas las cosas, por ser el mejor padre y no me queda más que agradecer por todo el tiempo y consejos que recibí, por instruirme y apoyarme hasta el último día, solo anhelo ser la mitad del hombre que mi querido padre fue.

De la misma forma le dedico esta página al amor de mi vida mi amada esposa Mahilyn Perdomo que siempre estuvo de forma incondicional en cada aspecto de mi vida y que me ha demostrado el concepto del amor, respeto y el apoyo siendo mi sol en los buenos y malos momentos. A su vez a mi hijo Maverick Acosta el cual es mi motivación día a día.

“Como no estamos experimentados en las cosas del mundo, todas las cosas que tienen algo de dificultad te parecen imposibles. Confía en el tiempo que suele dar dulces salidas a muchas amargas dificultades” (Cervantes Saavedra).

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, agradeciéndole a Dios como punto central sobre todas las cosas, el haber permitido concluir mi doctorado con el objetivo de alcanzar la superación en el entorno académico aprendiendo el significado de solidaridad, compañerismo con los doctorandos de la IV promoción, en el proceso de cada clase logrando no solo colegas si no amigos que siempre estarán presentes en el camino de la vida en especial a Pablo Aguilar con el que nos hemos apoyados desde el proceso de la maestría y en diferentes aspectos de la vida siendo uno de esos amigos que surgen cada mil años y a mi compañero y amigo Elí Raudales el cual se le estima y admira.

En segundo lugar, a mi madre Angelita Tzin por motivarme y darme el regalo de la educación y dando gracias a mi asesor de tesis Doctor Mario Acevedo el cual estuvo esta etapa final siempre actuando con responsabilidad, conocimiento y paciencia en este proceso, compartiendo su conocimiento.

Agradeciendo también a la Universidad Nacional Autónoma de Honduras como centro de Educación Superior la cual formó carácter y estructuró conocimientos escalón por escalón en el inicio hasta el final de la carrera, mediante esfuerzo y horas de estudio en cada clase cursada, en especial a la Doctora Joselyn Alvarado y el personal de POSFACE que han tenido toda la disposición de apoyar a cada doctorando.

RESUMEN

La investigación titulada “Factores de restricción e innovación de los emprendimientos cerveceros artesanales para incursionar en el mercado masivo en Honduras” surge de la necesidad de que el sector de los emprendimientos que fabrican y comercializan cerveza artesanal enfrentan problemas que conducen a una baja competitividad sumado a que no se encuentran articuladas sus partes, esto obstaculiza el competir en mercados masivos de consumo de cerveza en Honduras. En este sentido la investigación tiene como finalidad; determinar si existe diferencia significativa entre la valoración de las variables; factores de restricciones operativas, financieras, políticas, innovación de los emprendimientos cerveceros artesanales y la incursión exitosamente en el mercado de consumo masivo en Honduras.

En la presente investigación se implementó una metodología y técnicas de recolección de datos con un diseño no experimental, con un alcance correlacional para comprobar las relaciones entre las variables, utilizando el paradigma Post positivista. Todo esto recolectado a través de un cuestionario estructurado diseñado para ser aplicados en los emprendimientos del sector de la cerveza artesanal y se llevó a cabo la validación de expertos y prueba piloto.

Entre los hallazgos principales se encuentran; la falta de aplicación de tecnología, acceso a crédito, ausencia de planificación estratégica, problemas de almacenaje e infraestructura, adquisición de materia prima. Se concluye que existe diferencia significativa entre la valoración de las restricciones operativa, financieras, política y la incursión del mercado masivo en Honduras. A su vez, derivado de lo anterior se pueden desarrollar ecosistemas colaborativos, considerando en primer plano la innovación, tecnología, infraestructura y almacenamiento.

Palabras clave: Restricciones, Emprendimientos, Sector de la cerveza artesanal, Mercado masivo.

ABSTRACT

The research entitled "Factors of restriction and innovation of craft beer enterprises to enter the mass market in Honduras" arises from the need that the sector of enterprises that manufacture and market craft beer face problems that lead to low competitiveness, in addition to the fact that their parts are not articulated, which hinders competing in mass beer consumption markets in Honduras. In this sense, the purpose of this research is to determine if there is a significant difference between the valuation of the variables, factors of operational, financial, political and innovation restrictions of the craft beer enterprises and the successful incursion into the mass consumption market in Honduras.

In the present research a methodology and data collection techniques were implemented with a non-experimental design, with a correlational scope to test the relationships between variables, using the Post positivist paradigm. All this was collected through a structured questionnaire designed to be applied in the craft beer sector enterprises, and expert validation and pilot testing were carried out.

Among the main findings are lack of application of technology, access to credit, lack of strategic planning, storage and infrastructure problems, and raw material acquisition. It is concluded that there is a significant difference between the valuation of operational, financial, and political restrictions and the incursion of the mass market in Honduras. In turn, derived from the above, collaborative ecosystems can be developed, considering innovation, technology, infrastructure, and warehousing in the foreground.

Keyword: Restrictions, Entrepreneurship, Craft beer sector, Mass market, mass

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	12
CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	15
1.1 Antecedentes de la investigación	15
1.2 Problema de investigación	26
1.3 Objetivos	31
1.3.1 Objetivos General	31
1.3.2 Objetivos específicos	31
1.4 Preguntas de investigación	32
1.4.2 Preguntas específicas	32
1.5 Justificación.....	33
1.6 Limitaciones de la investigación.....	34
1.7 Delimitación de la investigación.....	34
1.8 Viabilidad.....	34
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO/ REVISIÓN DE LA LITERATURA.....	36
2.1 MARCO TEÓRICO.....	36
2.1.1 Teoría de la innovación Schumpeter.....	36
2.2 MARCO REFERENCIAL	40
2.2.1 Emprendimientos desde su origen.....	40
2.2.2 Emprendimiento y su aporte a la economía	42
2.2.3 Ecosistema de emprendimiento.....	46
2.2.4 Medición de emprendimientos y ecosistemas.....	48
2.2.5 Innovación en emprendimientos	51

2.2.6	Mediciones de la innovación.....	54
2.2.7	La Calidad	57
2.2.8	Mejora continua.....	60
2.2.9	Metodologías para alcanzar la calidad	62
2.2.10	Producción y economía a escala.....	65
2.2.11	Restricciones	66
2.2.12	Mercado Internacional de la cerveza.....	73
2.2.13	Casos de éxito de emprendimiento cervecero en Latinoamérica	77
2.3	MARCO CONTEXTUAL	80
2.3.1	Mercado de cerveza en Honduras	80
2.3.2	Producción de Cerveza Artesanal	82
2.3.3	Restricciones políticas para el sector de la cerveza artesanal Honduras.....	91
2.3.4	Retos de la cerveza artesanal.....	93
CAPÍTULO III. MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN		97
3.1	Paradigma.....	98
3.2	Enfoque	99
3.3	Alcance de la Investigación.....	99
3.4	Diseño de investigación	99
3.5	Población y muestra	100
3.6	Técnicas de recolección de la información	101
3.6.1	Proceso de validación.....	103
3.6.2	Descripción de los instrumentos para la recolección de información.....	103
3.6.3	Fuentes de información	104
3.7	Plan de análisis	104

3.7.1	Análisis de datos.....	104
3.7.2	Programas para utilizar para análisis de datos	104
3.7.3	Definición de las variables	105
3.8	Hipótesis.....	109
3.9	Operacionalización de variables.....	111
CAPÍTULO IV. ANÁLISIS Y PROPUESTA DE LA INVESTIGACIÓN		115
4.1	Análisis descriptivo	115
4.2	Análisis inferencial.....	186
CAPÍTULO V. ANÁLISIS Y PROPUESTA AL SECTOR DE LA CERVEZA ARTESANAL		191
5.1	Análisis bajo la teoría de Schumpeter	192
5.2	Diagrama de Ishikawa o causa y efecto.....	195
5.3	Análisis de las restricciones operativas del sector de la cerveza artesanal bajo la Teoría de las restricciones TOC.....	197
5.4	Propuestas de lineamientos para el sector de la cerveza artesanal en Honduras	200
CAPÍTULO VI. MARCO DE DISCUSIÓN.....		208
6.1	Discusión	209
CAPÍTULO VII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		214
7.1	Conclusiones.....	215
7.2	Recomendaciones	220
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS		223
ANEXOS.....		262

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1 Tipos de innovación Manual de Oslo y puntos básicos de Schumpeter.....	39
Cuadro 2 Tipos de Ecosistemas	47
Cuadro 3 Tipos de métodos para evaluar la innovación	53
Cuadro 4 Comercializadores de materia prima de cerveza	83
Cuadro 5 Diferencia entre la cerveza industrial y artesanal	87
Cuadro 6 Tecnología básica para la elaboración de cerveza artesanal	88
Cuadro 7 Lista de emprendimientos del sector de la cerveza artesanal	101
Cuadro 8 Operacionalización de variables.....	111
Cuadro 9 Medidas de expansión del sector de la cerveza artesanal.....	115
Cuadro 10 Estrategias de posicionamiento de mercado del sector de la cerveza artesanal	117
Cuadro 11 Opciones para lograr la diferenciación del sector de la cerveza artesanal	118
Cuadro 12 Áreas tiene estándares de calidad definidos	131
Cuadro 13 Evaluación para detectar oportunidad de mejora en procesos de la producción de cerveza artesanal	136
Cuadro 14 Nivel de acciones correctivas del sector de cerveza artesanal	136
Cuadro 15 Nivel de reclamos del sector de la cerveza artesanal	137
Cuadro 16 Nivel de liderazgo del sector de cerveza artesanal	139
Cuadro 17 Nivel de trabajo en equipo del sector de la cerveza artesanal	140
Cuadro 18 Nivel de motivación de sus colaboradores del sector de cerveza artesanal.....	141
Cuadro 19 Nivel de habilidades técnicas para innovar constantemente del sector de cerveza artesanal.....	142

Cuadro 20 Entidades que proporcionan colaboraciones al sector de emprendimientos de la cerveza artesanal	154
Cuadro 21 Nivel de infraestructura para la producción de cerveza artesanal	156
Cuadro 22 Nivel en cuanto a maquinaria para producción de cerveza artesanal	157
Cuadro 23 Nivel de desechos al fabricar un lote de cerveza artesanal	160
Cuadro 24 Nivel de desperdicio que tiene al fabricar un lote de cerveza artesanal?	161
Cuadro 25 Nivel de restricción de acceso a crédito del sector de cerveza artesanal.....	163
Cuadro 26 Nivel de facilidad que existe con el crédito para adquirir la materia prima con proveedores	164
Cuadro 27 Nivel de las leyes locales que afectan para producir y comercializar la cerveza artesanal.....	170
Cuadro 28 Nivel de implementación de los aspectos laborales de acuerdo a ley en el emprendimiento de cerveza artesanal	171
Cuadro 29 Nivel de aplicación de etiquetado de acuerdo a ley de los emprendimientos de cerveza artesanal.....	172
Cuadro 30 Nivel de tecnología para la producción de la cerveza artesanal	178
Cuadro 31 Áreas donde se aplica investigación para innovar.....	182
Cuadro 32 Tipos de recursos para realizar proceso de investigación y desarrollo en emprendimiento de cerveza artesanal	183
Cuadro 33 Nivel de creatividad en los procesos de producción de la cerveza artesanal	184
Cuadro 34 Alpha de Cronbach	186
Cuadro 35 Pruebas de normalidad	187
Cuadro 36 Rangos de prueba de Friedman	189
Cuadro 37 Prueba de Hipótesis	189

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Procesos de los emprendimientos	42
Ilustración 2 Dominios de los ecosistemas de emprendimientos	46
Ilustración 3 Indicadores del informe GEM.....	50
Ilustración 4 Principios de la calidad	59
Ilustración 5 Ciclo PHVA	61
Ilustración 6 Diagrama de Ishikawa.....	63
Ilustración 7 Metodología de Lean Six Sigma	65
Ilustración 8 Producción de cerveza por continente en hectolitros.....	74
Ilustración 9 Rueda de Flavor	75
Ilustración 10 Marcas de cervezas reconocidas	76
Ilustración 11 Participación Sector Cervecerero en la Industria Manufacturera y PIB en Honduras	81
Ilustración 12 Cerveza industrial en Honduras	81
Ilustración 13 Equipo para producir cerveza artesanal	86
Ilustración 14 Planta de empresa cervecera industrial	87
Ilustración 15 Canales de distribución cerveza artesanal.....	89
Ilustración 16 Diagrama de canal de cerveza industrial.....	90
Ilustración 17 Diagrama de canal de cerveza artesanal.....	90
Ilustración 18 Diagrama Sagital del sector cervecero artesanal Hi ₁	110
Ilustración 19 Diagrama de Causa y efecto del sector de la cerveza artesanal	196

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfica 1 Nivel de aceptación en el mercado nacional de una nueva cerveza.....	116
Gráfica 2 Desafíos que enfrenta el sector de la cerveza artesanal para incursionar en el mercado masivo	120
Gráfica 3 La cerveza industrial como competencia del sector de cerveza artesanal.....	121
Gráfica 4 Desafíos que enfrenta el sector de la cerveza artesanal	123
Gráfica 5 Aspectos del sector de la cerveza artesanal para competir con la cerveza industrial...	124
Gráfica 6 Equipo para producción del sector de cerveza artesanal.....	124
Gráfica 7 Técnicas de producción que influyen en la productividad de la cerveza artesanal	125
Gráfica 8 Restricciones de producción del sector de cerveza artesanal para alcanzar rentabilidad	127
Gráfica 9 Capacidad de producción del sector de cerveza artesanal.....	127
Gráfica 10 Nivel de equipo o tecnología de acuerdo al llenado de cerveza.....	128
Gráfica 11 Nivel de equipo o tecnología de acuerdo al llenado de cerveza.....	129
Gráfica 12 Incremento de costos al aplicar nuevas técnicas de producción	130
Gráfica 13 Factores críticos al momento de producción del sector de cerveza artesanal	132
Gráfica 14 Factores de selección de materia prima del sector de cerveza artesanal	133
Gráfica 15 Nivel de aplicación de mejora continua e innovación del sector de cerveza artesanal	134
Gráfica 16 Nivel de frecuencia en implementación de mejora continua en la producción del sector de cerveza artesanal.....	135
Gráfica 17 Empleos directos que genera el sector de la cerveza artesanal	138
Gráfica 18 Empleos indirectos que genera el sector de la cerveza artesanal	139

Gráfica 19 Restricciones de conocimiento del sector de cerveza artesanal 143

Gráfica 20 Colaboraciones para mejorar operaciones del sector de cerveza artesanal 144

Gráfica 21 Procesos que están estandarizados del sector de cerveza artesanal 144

Gráfica 22 Nivel de procesos para lograr la Satisfacción del cliente 145

Gráfica 23 Limitaciones de producción del sector de cerveza artesanal..... 146

Gráfica 24 Nivel de demora en la producción del sector de cerveza artesanal 147

Gráfica 25 Grado de dificultad en la búsqueda de proveedores de materia prima..... 148

Gráfica 26 Desafíos en la búsqueda de nuevas fuentes de materia prima..... 148

Gráfica 27 Gestión de inventario y materia del sector de la cerveza artesanal 149

Gráfica 28 Dificultades que enfrenta en el procesamiento de la materia prima del sector de la
 cerveza artesanal 150

Gráfica 29 Distribución del sector de cerveza artesanal 151

Gráfica 30 Colaboraciones recibidas al sector de cerveza artesanal 153

Gráfica 31 Tipos de colaboraciones de sector de cerveza artesanal 153

Gráfica 32 Tiempo de colaboración al sector de cerveza artesanal 155

Gráfica 33 Sectores que tienen colaboración los emprendimientos de cerveza artesanal 155

Gráfica 34 Nivel de actividades de responsabilidad social y ambiental del sector de cerveza
 artesanal..... 158

Gráfica 35 Acciones de sostenibilidad para mitigar el riesgo de contaminación del sector de
 cerveza artesanal 159

Gráfica 36 Dificultades en el área de logística del sector de cerveza artesanal 162

Gráfica 37 Opciones que restringe al solicitar acceso a crédito del sector de cerveza artesanal .164

Gráfica 38 Opciones contables que utiliza el sector de cerveza artesanal 165

Gráfica 39 Colaboración de financiamiento del sector de cerveza artesanal 166

Gráfica 40 Permisos que representan mayor dificultad al sector de cerveza artesanal.....	167
Gráfica 41 Impuestos que afectan la producción y comercialización del sector de cerveza artesanal.....	168
Gráfica 42 Impuestos que afectan para importar materia prima del sector de cerveza artesanal.	169
Gráfica 43 Nivel de innovación del sector de la cerveza artesanal.....	173
Gráfica 44 Nivel de creatividad del sector de cerveza artesanal.....	174
Gráfica 45 Tipos de innovación del sector de cerveza artesanal.....	175
Gráfica 46 Tipos de emprendimientos del sector de cerveza artesanal.....	176
Gráfica 47 Áreas que se ha implementado procesos de innovación en el sector de cerveza artesanal.....	176
Gráfica 48 Tipos de colaboración tecnológica del sector de cerveza artesanal	177
Gráfica 49 Tipos de sistemas tecnológicos del sector de cerveza artesanal.....	179
Gráfica 50 Origen de los emprendimientos del sector de cerveza artesanal	180
Gráfica 51 Afectación de los procesos de pre-incubación, incubación del sector de cerveza artesanal.....	180
Gráfica 52 patentes de productos, invenciones o procesos de la cerveza artesanal tiene registradas	181
Gráfica 53 Nivel en que las nuevas técnicas de producción afectan la productividad del sector de cerveza artesanal	185

LISTADO DE SÍMBOLOS Y ABREVIATURAS

Abreviaturas/ Símbolos	Significado
7D	Liderazgo, Planificación Estratégica, Competencias del Recurso Humano, Procesos, Organización, Satisfacción de Clientes y Responsabilidad Social
AMDC	Alcaldía municipal del distrito central de Honduras
ARSA	Agencias de Regulación Sanitaria
BM	Banco Mundial
BID	Banco Interamericano de Desarrollo
CMM	Modelo de madurez de las capacidades
Ciclo PHVA	Planificar, hacer, verificar, actuar
DBR	Sistema tambor amortiguador, cuerda
DMAIC	Matriz para medir, analizar, implementar y controlar
ESPAE	Escuela de Negocios de la Escuela Superior Politécnica del Litoral de Ecuador
EBC	American Society of Brewing, European Brewing Convention
FUNDAHRSE	Fundación hondureña de responsabilidad social empresarial
GCI	Índice de Competitividad Global
GEM	Global Entrepreneurship Monitor
GII	Índice mundial de innovación
GMM	Método Generalizado de los Momentos
HRV	Hausmann, Rodrik y Velasco
I+D	Investigación y desarrollo
I+D+i	Investigación, desarrollo e innovación
IGC	Índice Global de Competitividad
IGE	Índice Global de Emprendimiento y Desarrollo
IHADFA	Instituto Hondureño para la Prevención del Alcoholismo, Drogadicción y Farmacodependencia
IPA	India Pale Ale

ISO	Sistema de normalización internacional para la regulación y calidad de los productos y servicios
JIT	Producción Justo a tiempo
KPIS	Indicadores claves de desempeño
La OCDE	La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos
MIPYMES	Micro, pequeña o mediana empresa
OEE	Overall Equipment Effectiveness
PIB	Producto Interno Bruto
PYMES	Pequeñas y medianas empresas
SAR	Servicio de Administración de Rentas
SIBA	Sociedad de Cerveceros Independientes
SMED	Single-Minute Exchange of Die
SPSS	Statistical Package for the Social Sciences
TDABC	Método de Costeo basado en actividades y tiempo
TOC	Teoría de restricciones
WIPO	World Intellectual Property Organization

Fuente: Construcción Propia

INTRODUCCIÓN

El emprendimiento representa una alternativa como fuente de empleo en una economía global y que según Rodríguez-Aguilar et al, (2020) una de las clasificaciones por su naturaleza puede ser oportunista, innovador o por necesidad, esta figura como una fuente sostenible y herramienta para combatir la crisis de desempleo y contribuir al desarrollo económico, estos tienen una participan en diferentes sectores, ciertos emprendimientos son orientados a la producción y comercialización de cerveza artesanal, este sector ha experimentado en el siglo XXI un crecimiento significativo a nivel mundial figuran los países asiáticos con crecimientos de tres dígitos, para el caso de Honduras el sector de la cerveza se divide en cerveza industrial y cerveza artesanal con un crecimiento constante.

Cabe destacar que a pesar de su crecimiento el sector de la cerveza artesanal presenta problemas que se pueden analizar desde los vertientes; origen, restricciones financieras, producción y la innovación con una posición teórica utilizando la teoría de Schumpeter, todos estos limitantes conducen a que el sector tiene baja competitividad y no se encuentra articulado con dificultades para enlazar sus partes como ser; procesos de producción, acreedores, proveedores, estrategias de penetración de mercado de forma eficiente.

En el capítulo I de la investigación refiere al planteamiento del problema el cual aborda a la problemática analizando cuatro vertientes con una posición teórica de los cinco puntos de Schumpeter, así mismo se incluye los objetivos, preguntas de investigación, deficiencias, delimitación y viabilidad del estudio.

En el capítulo II, se aborda el marco teórico/ revisión de la literatura el cual se divide en marco teórico que describe la teoría de la innovación de Schumpeter, el segundo segmento es el marco referencial que aborda temas como el emprendimiento, innovación, calidad, restricciones,

mercado internacional de la cerveza, y como tercer segmento el marco contextual que aborda el mercado de la cerveza local en Honduras, así como aspectos referentes a equipo, logísticos políticos, y retos del sector.

El capítulo III contiene los métodos y técnica de investigación este describe el paradigma seleccionado, el cual es el Post positivista, el enfoque cuantitativo el alcance correlacional, el diseño no experimental, la población y muestra así como las técnicas de recolección de información, plan de análisis de datos, definición de las variables, hipótesis y cuadro de operacionalización de las variables, estos elementos en función de aplicar el instrumento para obtener todos los insumos que permitan encontrar una solución al problema de investigación.

En el capítulo IV presenta los resultados realizando un análisis descriptivo utilizando cuadros, gráficas entre los principales hallazgos se encuentran la falta de aplicación de tecnología, acceso a crédito, ausencia de planificación estratégica, problemas de almacenaje e infraestructura, en el mismo capítulo se realizó un análisis con estadística inferencial donde se aplicó pruebas de confiabilidad de Alpha y la prueba de hipótesis de Friedman. En el capítulo V se realizó la propuesta en el cual se efectuó un análisis bajo la teoría de Schumpeter, un diagrama de causa de efecto y análisis utilizando la metodología TOC, para proponer los lineamientos.

En el capítulo VI figura la discusión comparando las investigaciones previas con la presente tesis, limitaciones y aplicaciones.

En el capítulo VII figuran las conclusiones las cuales se construyeron y que dan respuesta de los objetivos planteados, entre las más significativas, es que los emprendimientos de la cerveza artesanal no transitan procesos de pre- incubación, incubación, la relación de los factores de restricciones e innovación con el mercado masivo, y la hipótesis que es considerada aceptada.

Finalmente se establecen las respectivas recomendaciones en el capítulo VIII.

CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Antecedentes de la investigación

En relación al emprendimiento y teorías asociadas, se observa que la teoría del emprendimiento de Cantillon (1755) y Baptiste Say (1803) es considerada la primera posición teórica. En este sentido, Terán-Yeppez & Guerrero-Mora, (2020) analizaron alrededor de 77 teorías de emprendimiento consultando las bases de datos de Scopus, y Web of Science identificando que las teorías con mayor participación en este campo son; la teoría clásica, teoría de la innovación de Schumpeter, teoría de los rasgos, teoría de ajuste de Kirzner, teoría económica de Smith. Al mismo tiempo, clasificaron dichas teorías según su naturaleza como ser; los portadores de riesgo Knight (1921), innovación y solución de problemas, Schumpeter (1934), Creativos, Coon (2004), coordinación y organización, Say (1803).

El emprendimiento, desde el uso de las teorías antes mencionadas y en el caso específico de Schumpeter, se ha demostrado que es una actividad que permite el desarrollo de las naciones dado que incide en la micro y macroeconomía de los países desde los espacios de innovación. De la medición de lo propuesto por Schumpeter diversos autores concluyen que la innovación en el emprendimiento representa una solución para aspectos micro y macroeconómicos como ser; el desempleo, desarrollo de productos y servicios para competir en el mercado con la finalidad de medir dicha innovación en el plano empresarial, considerando indicadores de entrada que logran evaluar infraestructura para investigación e innovación, indicadores de salidas como ser conocimiento, creatividad, emprendimientos derivados (Vernaza Arroyo et al., 2020).

Según algunas características, el emprendimiento puede ser clasificado en diferentes categorías. Por ejemplo, se pueden distinguir emprendimientos pequeños, escalables, grandes, sociales e innovadores según su tamaño. En la característica de la innovación, se pueden

identificar emprendimientos oportunistas, incubadores o de imitación. De igual manera, el emprendimiento puede ser clasificado por necesidad en tradicional y dinámico. Estas clasificaciones tienen una presencia en varios sectores, como la comercialización y la manufactura (Rodríguez-Aguilar et al., 2020).

En este sentido, en cuanto al tema de los emprendimientos innovadores, estos pueden ser abordados con las teorías de Schumpeter y Smith en relación a las variables de emprendimiento, economía y sistemas de innovación I+D (Investigación y desarrollo). La investigación desarrollada por Gutierrez-Rojas & Baumert (2018) demuestra que la innovación en el emprendimiento y las organizaciones tiene un papel fundamental en el crecimiento económico de las naciones, el cual mediante una revisión sistemática de los conceptos actuales de la literatura relativa al emprendimiento les permitió crear dos modelos, uno de ellos plantea que la innovación es un proceso del entorno competitivo considerando elementos como la invención, actividades, nuevas formas de producción, inversión en la innovación, utilidades o pérdidas y nueva estructura de mercado, el segundo modelo manifiesta que las innovaciones son de carácter endógenas en un proceso de acumulación creativa que aborda temas como ciencia y tecnología, gestiones en la inversión, producción invención en ciencia endógena (Gutiérrez Rojas & Baumert, 2018).

Por su parte Robledo et al, (2010) presenta una métrica de innovación, que realiza la integración del modelo conceptual, modelo de madurez de las capacidades (CMM), evaluación sistemática y propuesta para caracterizar de la capacidad referente a la innovación, evaluando las variables de capacidades de I+D, producción, mercado, gestión de recursos, aprendizaje en el entorno organizacional, habilidad de relación, dirección estratégica, con la medición de cuestionario semi estructurado con escala de Likert de valores, dicho lo anterior se puede sugerir la aplicación lógica en implementar un sistema de I+D+i (Investigación, desarrollo e innovación) que debe considerar el manejo de los recursos para alcanzar los objetivos gerenciales que permita

lograr optimizar la organización. El modelo permite un acercamiento sistémico de la institución y aplicación de métrica de modelo de capacidades.

Arzola & Mejías (2007), concluyeron que, para poder competir en los mercados, las empresas deben trabajar de manera estructurada, enfocándose en la innovación y ofreciendo un amplio rango de servicios. Para lograrlo, analizaron diversos modelos de calidad e innovación y consideraron diferentes variables como ser estructura empresarial, manual de procesos, normas establecidas para cada proceso, monitoreo de actividades, ambiente laboral, implementación de mejoras, sistema para la información, autoridad, responsabilidad, la motivación, procesos que impulsan la motivación y decisiones por parte de la gerencia generando un modelo denominado 7D que establece ciertos criterios para evaluar la innovación, excelencia en los servicios y calidad con las dimensiones (Liderazgo, Planificación Estratégica, Competencias del Recurso Humano, Procesos, Organización, Satisfacción de Clientes y Responsabilidad Social), dicha investigación permite concluir en la importancia de lograr que las empresas o emprendimientos emergentes alcancen las dimensiones de innovación y servicios necesarios para competir en el mercado.

En el informe del V Foro de Competitividad de las Américas para el Banco Interamericano de Desarrollo y el Compete Caribbean, el cual aborda las variables de competitividad, innovación y emprendimiento del continente americano realizando análisis en base a los índices de competitividad global (GCI), Innovación 2010 y la medición de las variables con una encuesta Global Entrepreneurship Monitor (GEM) en el periodo 2008-2010, esto concluye la necesidad de la creación de ecosistemas, mejorar la competitividad en los clúster y promover el emprendimiento y temas de innovación para la región como la inversión en I+D+i, dicho informe recomienda la adquisición de conocimiento (cultura emprendedora en los diferentes niveles académicos), desarrollo profesional y el desarrollo de habilidades (Vicens & Grullón , 2011).

En cuanto a los emprendimientos e innovación, la organización mundial de la propiedad intelectual, en su informe de innovación en el año (2022), que contempla 193 miembros y evalúa 132 economías a nivel global, analizó variables tales como; inversión en tecnología y la innovación, el progreso y adaptación referente a la tecnología, evaluación socioeconómica, concluyendo que la inversión de I+D+i a nivel global creció de forma exponencial a partir del año 2020, existe un incremento de patentes, por lo que es necesario crear ecosistema de innovación para promover los emprendimientos y desarrollo local (World Intellectual Property Organization, 2022).

Con respecto al funcionamiento de los modelos de emprendimiento de base innovadora, existe el caso de éxito desarrollado en Singapur quienes contemplan entre sus variables aspectos de financiamiento, como las métricas relacionadas con la inversión local, la inversión extranjera y el número de nuevas empresas emergentes (Startups) y así comparar los mejores ecosistemas de innovación, academia, demanda, oferta, apoyo público. El modelo de Singapur rastrea los mercados internacionales para la captación de startups, para atraer masa crítica y generar ecosistemas que faciliten la innovación en los emprendimientos (Sánchez Pérez, 2021).

La innovación está relacionada al éxito de los emprendimiento y empresas, en el caso de un estudio se analiza las empresas familiares españolas con las variables; financieras, tipo de estrategia, manejo de talento, sostenimiento del emprendimiento, analizados con el panorama de Investigación y desarrollo e innovación (I+D+i), esto permite concluir que dichas empresas tiene una deficiencia en el tema de innovación y acceso a financiamiento para desarrollar la misma, el panorama muestra que existen elementos que comparten las empresas familiares innovadoras como ser la planificación, nivel académico y organización de nuevas ideas (Quintana, 2005).

Por otro lado, se hace referencia a un informe del Congreso Nacional de Innovación de la Universidad de Valencia (2015), evaluó a 35 estudiantes los factores de emprendimiento e

innovación con técnicas de análisis de clientes, ideación, pensamiento visual por lo que se utilizó rúbricas diseñadas para evaluar las competencias transversales de innovación, emprendimiento, creatividad, esto permitió llegar a la conclusión que el emprendimiento innovador comparte características de planificación, comunicación, desarrollo social con el fin de generar propuestas que potencien competencias necesarias para alcanzar la innovación por parte de los emprendedores (Ruiz et al., 2015).

En esta misma línea, la posición de Honduras en el tema de la innovación y desarrollo desde sus emprendedores, en el índice mundial de innovación (GII) lo posiciona a Honduras en el puesto 113 de 132 países, existe en el país una baja inversión en tecnología y la innovación, el progreso y adaptación referente a la tecnología y evaluación socioeconómica (World Intellectual Property Organization, 2022).

Se ha investigado las variables de innovación social y emprendimiento utilizando datos de diversas fuentes, como la base de datos del Banco Mundial, el Índice Mundial de Competitividad y el Monitor Global de Emprendimiento, en un periodo que abarcó desde 2005 hasta 2012, de 24 países, la innovación a nivel país se evalúa con las variables de educación, salud, medio ambiente, tecnología, rentas para medir dichas variables se utilizó un el programa STATA 10.0 y el modelo Método Generalizado de los Momentos (GMM), esto como resultado de la necesidad de crear en la región ambientes innovadores que favorecen para la creación de empresas rentables e impulsar la creación de nuevas empresas, considerando políticas públicas amigables (Alonso-Martínez et al., 2015).

Según Vesga (2008), las economías con mayor desarrollo comparten en común el desarrollo del emprendimiento innovador, al analizar al emprendedor se identifican las variables; tamaño de mercado, desarrollo económico, competencia, participación de la tecnología, estrategia empresarial, cultura organizacional, recursos, toma de decisiones y diversidad de la demografía,

dichas variables se lograron mediar desde tres perspectivas desde el punto macro, nivel de empresa, nivel de individuos y la conexiones entre ellas, este hallazgo indica que para fomentar el desarrollo del capital, es esencial poner mayor énfasis en factores como el capital de riesgo, las redes de infraestructura, los actores relevantes y la investigación (Vesga, 2008).

En concordancia con lo anterior, se aborda las variables de empresas de manufactura, emprendimientos, proveedores, actividades de I+D y adquisición de conocimiento para medir dicha variables se aplicó una encuesta estructura a 1329 empresas, emprendimientos, proveedores, al aplicar método de estimación y las especificaciones de naturaleza econométrica que contempló en un inicio un modelo general que analiza si la empresa es activa en innovación para realizar un cálculo probabilístico y generar un modelo que evalúa las estrategias de innovación, permitió concluir que la innovación ofrece estrategia internas relevantes para la adquisición de maquinaria, adquisición de conocimiento y procesos externos como la introducción de mercado o mejoras de productos existentes (Vega-Jurado et al., 2008).

Así mismo, González et al, (2017), evalúan tres grupos como ser el emprendedor o empresa, academia y entidades gubernamentales para medir dichos actores se utilizaron bases de datos del gobierno y aplicación de instrumento estructurado, para realizar un cálculo de nueva indicadores del emprendimiento y la innovación estos alcanzaron los puntajes máximos como ser; gestión de conocimiento (24), activos intelectuales (140), proyectos para generación de valor (130), mapeo de conocimiento (61), cartera de clientes (14), propiedad intelectual (82), transferencia de resultados (62), motivación (47), desarrollo de negocios (129), por lo que se concluye que los emprendimiento innovadores incrementan de forma sistemática la economía regional y optimización los recursos (González et al., 2017).

Por otro lado, los emprendimientos pueden ser evaluados a partir de los factores que restringen su funcionamiento. Tal es el caso del estudio desarrollado por Hausmann, Rodrik y

Velasco (HRV) que clasifica de manera jerárquica las restricciones de la inversión privada, las cuales, aplicadas al contexto local, incluyen el acceso limitado al financiamiento y altos costos de intereses de préstamos. En la relación entre las restricciones económicas y el emprendimiento, estas desempeñan un papel importante y su presencia en el mercado es necesaria para su equilibrio. Algunas restricciones que pueden afectar el desarrollo del emprendimiento incluyen brechas en infraestructura, tecnología, aspectos institucionales, acceso de financiamiento, producción y carga tributaria (Bishop et al., 2013).

Por su parte, se emplea la teoría de restricciones (TOC), ha puesto de manifiesto las limitaciones financieras específicas que los emprendimientos en Panamá han enfrentado para obtener acceso al crédito entre los años 1995 y 2017, observando las variables de empleo, Producto Interno Bruto (PIB) a precio constante y per cápita, emprendimientos, registrados, índice de Gini, créditos internos en el sector, capitalización de las empresas en el mercado nacional que se encuentran en la bolsa, dichas variables se midieron utilizando un instrumento, esto permitió concluir que el mercado de Panamá tiene un crecimiento de naturaleza inclusiva y que la eliminación de las restricciones financieras incrementa el Producto interno bruto (PIB) (Villalaz & Quintero de Muñoz, 2021).

Según Manotas Duque et al, (2000), al aplicar la TOC se identifican las restricciones físicas, restricciones de mercado, restricciones políticas para analizar de forma estructurada y medir dichas variables en las etapas de; identificación de restricciones, toma de decisión para lograr explotar la restricción, acatamiento de todo lo demás a la toma de decisión anterior, elevar la restricción esto permite definir de una forma objetiva del uso del total de los recursos de emprendimiento o empresa, si existe una restricción no se debe asignar más recursos a ese elemento en específico para evitar la generación de un problema.

Al abordar las restricciones según la TOC, se consideró las variable de las restricciones en operaciones de suministros y se realizó un análisis de forma exhaustiva que permitió implementar un modelo basado en la TOC, mediante una simulación discreta para determinar cada proceso y del mismo, esto proporcionó resultados que identificaron restricciones en los programas de producción para desarrollar herramientas contables efectivas y optimizar la implementación de métricas globales para alcanzar un nivel elevado de sincronización de cada proceso de la empresa o emprendimiento referente al sistema de producción y distribución para lograr una mayor comprensión de los actores involucrados (Marín Marín & Gutiérrez Gutiérrez, 2013).

Según Aguilera (2000), la aplicación de la teoría de restricciones (TOC) y las variables; propósitos, metas de los emprendimientos y empresas, los tiempos para lograr medir dichos elementos se eleva las restricciones del sistema e incrementar la capacidad en los diferentes puntos críticos como; los cuellos de botellas en la producción que permite conocer el proceso orientado a identificar si dicha restricción es interna (política empresarial, los recursos de la organización, procesos de producción) o externa (demanda, proveedores) con el fin de lograr aplicar la mejora continua y los principios básicos de la teoría de las restricciones para alcanzar la eficiencia de los procesos que determina la empresa .

En relación a los factores clave de éxito de los emprendimientos, se ha demostrado mediante el uso de técnicas de minería de datos y aplicado al sector emprendedor de Uruguay, que el financiamiento es un factor clave o de restricción en las etapas de pre-incubación, incubación, post incubación, al mismo tiempo que variables como la situación socioeconómica familiar, edad, género y nivel académico, garantizan el éxito o fracaso del emprendimiento (Messina y Hochsztain, 2015).

En la actualidad, las empresas o emprendimientos están enfocadas en implementar estrategias de mejora continua con el fin de aumentar la eficiencia en sus procesos y lograr una

posición competitiva que les permita operar con éxito en el mercado, al aplicar la TOC para medir las variables tiempo de entrega, servicio al cliente, calidad, costos, para ello la comparación de teorías en la empresa de estudio como ser; 1. la TOC que abordó elementos como asignación de energías para la toma de decisiones, aspectos críticos, 2. Sistema DBR, (tambor amortiguador, cuerda) para identificar las limitaciones de la producción , 3. Teoría cuello de botella que permitió identificar los procesos más lentos, 4. La teoría de Lean Six Sigma que complementa la TOC y se enfoca en la reducción de desperdicio y actividades, esto permitió concluir que para incrementar la productividad no es necesario mejorar cada proceso (Zambrano-Silva et al., 2021).

También Manotas-Duque (2011), ha investigado la aplicación de modelos matemáticos en empresas estructuradas y emprendimientos, para analizar las restricciones presentes en dichas organizaciones como el índice de Gini que permite analizar las variables; proyectos y portafolio de inversión, para lograr medirlas se recolectó la información de las restricciones de acceso a crédito y económicas en empresa o nuevos emprendimientos con el fin de ejecutar un modelo computacional, modelo de media- semivarianza y el modelo de Gini esto como resultado la evaluación individual de un proyecto para la aceptación o el rechazo del mismo según el valor de riesgo máximo (restricciones económicas y financieras) que permitan ejecutar estudios más elaborados.

Según Villagómez et al, (2012), las restricciones se pueden explotar al aplicar la técnica Single-Minute Exchange of Die abreviada SMED que permite disminuir tiempos y lograr eficiencia de procesos por lo que se realizó un diagnóstico a cada proceso con el recurso y su restricción específica y lograr la explotación del mismo, como resultado obtenido fue una efectiva programación de producción que permitió la reducción de tiempo entre cada proceso para alcanzar una mayor optimización de la producción a escala.

Por otro lado, al evaluar las restricciones financieras que afectan a las pequeñas y medianas empresas en los emprendimientos en España, al medir las variables como ser los préstamos de inversión y pólizas de créditos a través de datos de instituciones gubernamentales con la aplicación de test Chi cuadrado para la determinación de diferencias estadísticas esto permitió concluir que el inicio de los emprendimientos dependen del financiamiento de la banca de una garantía con reciprocidad y de forma posterior el mantenimiento y crecimiento del negocio, estos son limitados por la falta de garantías financieras (Sánchez et al., 2016).

En los hallazgos del reporte Doing Business del Banco Mundial en el periodo 2015-2019 en Ecuador y el reporte de Global Entrepreneurship Monitor de la ESPAE, se evidencia el análisis y medición de la situación actual del país entorno a las restricciones para los emprendimientos y así realizar una comparación de diferentes economías de la región esto permite concluir que en este país existen mayores restricciones referente a acceso de financiamiento, permisos, obtención de servicios públicos, impuestos y es necesario desarrollar un ambientes adecuados para la inversión de nuevos negocios (Berrezueta-Nagua et al., 2021).

Al abordar el tema de restricciones relacionado con el sector no estatal de Cuba, se aplicó la teoría de restricciones (TOC) para analizar diversas variables, entre ellas; emprendedores, principios de calidad, el modelo económico y social de la república Cubana, estas se midieron por medio de un instrumento con una muestra de más de 100 emprendedores adaptando el árbol de la realidad actual que es una relación de causa- efecto y análisis de las redes sociales, en los resultados se destaca que las principales restricciones de carácter físico limitan la aplicación de una óptima gestión de calidad que permita aplicar la métrica de la ISO 9001:2015 (Lao-León et al., 2017).

En efecto a las restricciones, al aplicar la TOC y el método de Costeo basado en actividades y tiempo abreviado TDABC con el fin de analizar las variables; procesos y capacidad

de producción de empresas y emprendimiento utilizando la técnica del estudio de caso que permitió determinar las limitaciones de los 10 centros de recursos y la deficiencia en la producción versus las ventas y así proponer soluciones basada en las cinco etapas de la TOC como ser; identificación de la restricción, explotar las restricciones, la coordinación de los diferentes elementos, incremento de la capacidad de la restricción, reiniciar, con el objetivo de generar ecuaciones de tiempo y toma de decisiones gerenciales y así conocer el grado de uso de los productos (Kefé & Tanis, 2023).

Los emprendimientos se desarrollan en distintos sectores, como ser; la comercialización entre ellos la abarrotería, cerveza, alimentación, turismo, educación, así como en la manufactura. En algunos casos específicos, se ha observado que ciertos emprendimientos se enfocan exclusivamente en el sector cervecero. A su vez, al analizar las variables relacionadas con los emprendimientos de cerveza artesanal y los consumidores en Uruguay, permitió medir dichas variables con una encuesta estructurada dirigida a los consumidores aplicada a una población de 54 individuos con el objetivo de cuantificar su participación en el mercado (cantidad de consumo, situación de consumo, preferencia de tipo de cerveza y opinión), así como obtener información sobre tres emprendimientos de cerveza artesanal y compararlos con el modelo de cerveza industrial. Los resultados revelaron que la cerveza artesanal tiene una buena aceptación en el mercado, sin embargo, la rentabilidad es menor y el precio de venta es superior al de la cerveza industrial (Cabrera et al., 2021).

Vale la pena señalar, el estudio de los emprendimientos innovadores del sector cervecero artesanal en Argentina, analizó las variables de producción, procesos logísticos, para medir el contexto de las variables se realizó un enfoque analítico y metodológico, esto muestra como reflexiones finales la importancia de la cadena de valor global que dependerá de su estructura

organizacional, coordinación, toma de decisiones y cultura organizacional para permitir la aplicación de cadenas, redes domésticas y estandarización de procesos (Colino et al., 2017).

Así mismo, el emprendimiento de cerveza artesanal desde la perspectiva de la participación en el mercado de Ecuador en la provincia de Azuay con la teoría de empuje y arrastre evaluando las variables de los emprendedores y turistas para medir las variables se realizó un cuestionario que se aplicó en 411 turista para obtener un análisis factorial que permitió generar gráficos de bip Lot y aplicación de una representación 3D, la discusión final permite identificar la aceptación y resultados positivos en los factores motivaciones de los turistas a la cerveza artesanal con contenido innovador sin importar la dinámica y costos con una relación a la experiencia, entretenimiento e influencia en el entorno (Morán-Chica & Hinojosa-Ramos).

Se ha registrado la aplicación exitosa de la metodología Lean y la Teoría de Ishikawa en la implementación de un modelo Poka Yoke en proyectos previos, en un caso práctico como variables emprendimientos cerveceros, Micros y pequeñas empresas de Perú, para lograr la medición de estas se utilizó la matriz que permite definir, medir, analizar, implementar y controlar (DMAIC), esto permite concluir que existen problemas para alcanzar los indicadores de calidad, la aplicación de dicho modelo y metodología pueden mejorar de forma significativa dichos procesos sin necesidad de realizar una fuerte inversión y a su vez los factores que inciden en la calidad, competitividad, el factor humano y las tecnologías de sus procesos (Olivares Apaza et al., 2023).

1.2 Problema de investigación

Según Ablin (2014), la cerveza es la bebida alcohólica más comercializada y su demanda tiene un crecimiento constante, cuya producción es de forma industrial y artesanal. En el mercado global, la industria Cervecera en países como China alcanzó más de 450 millones de hectolitros, superando a Estados Unidos, Brasil, Holanda, México, marcas como Snow Beer, Bud Light,

Budweiser, Skol, Corona, Brahma, Heineken y Coor Light tienen una participación significativa (Ablin, 2014). En la década actual, las corporaciones de este sector implementan estrategias a gran escala para fomentar el consumo y producción cervecera industrial el cual ha alcanzado cifras sin precedentes con más de diez mil empresas fabricantes de cerveza a nivel mundial. En conjunto, estas compañías comercializan más de 60 mil marcas de cerveza. En el 2013 el continente de Asia produjo alrededor de 700 millones de hectolitros de cerveza, y como segundo lugar el continente de americano con más de 500 millones de hectolitros (Albán-Cabaco et al., 2015).

Por otro lado, el segmento de la cerveza artesanal ha experimentado incremento en la segunda década del siglo XXI en países como, Singapur 380%, Hong Kong 150% y Tailandia 100% y una participación en países como Escandinavia, España, Italia, Argentina (Burini et al., 2021).

En el caso de Honduras, la producción de cerveza es desarrollada por dos sectores; el sector industrializado y el sector de producción artesanal. En cuanto al sector industrializado en el año 2020 se produjo 2.6 millones de hectolitro con una cadena de valor de 80 mil micro negocios que comercializan cerveza industrial, esto representa más de 3,315 empleados directos y un aporte al Producto Interno Bruto (PIB) nacional de 3.5% y un 21.8% en el sector manufacturero. Las cervezas de producción industrial que se comercializan en Honduras son; cervezas nacionales (Salvavida, Barena, Imperial), cervezas de importación (Corona, Michelob Ultra, Modelo, Miller, Gallo, Ice, Heineken, entre otras) (Cervecería hondureña, 2020).

Por su parte, y centrados en el sector de producción de cerveza artesanal en Honduras y como un emprendimiento en el entorno nacional, este sector se encuentra diseminada en distintos lugares del país, entre los productores más importantes están; LA20, cervecería 0826, Dinastia, los dos osos, CATAK, Sol de Copán con una variedad de cerveza artesanal como ser; Pales ales,

trigo, stouts, IPAs, belgas, saisons y experimentales, este es un sector en crecimiento y ha aumentado su presencia en distintos puntos de Honduras.

No obstante, a pesar de su auge en el mercado local hoy en día el sector cervecero artesanal presenta problemas que por su magnitud son analizados desde cuatro vertientes; su origen, restricciones financieras, producción y la innovación. Para comprender lo anterior desde una posición teórica, se considera la teoría de Schumpeter analizando sus 5 puntos básicos; introducción de nuevos productos, nuevos procesos métodos de producción, apertura e incursión de nuevos mercados, obtención de nuevas fuentes de suministro y destrucción o creación de monopolios temporales.

En este sentido, desde su origen el sector cervecero artesanal presenta una serie de situaciones que ameritan su estudio, tales como; las empresas no resultan de procesos de pre-incubación (nacimiento de la idea, estudios de mercados, estudios financieros), no alcanzan la consolidación de incubación para el desarrollo óptimo del producto, no logran implementar la mejora continua, competencia e innovación sin alcanzar una diferenciación (en costo, valor percibido del producto).

Desde el estudio de las restricciones financieras el sector cervecero artesanal presenta problemas relacionados con; acceso al crédito, recursos para inversión, proveedores y acreedores, garantías y capitales de respaldo, nivel de incertidumbre y riesgo, las formas de apalancamiento disponibles y el mismo flujo de caja derivado de las ventas que produce el sector. Otro aspecto que incide es que la cerveza artesanal tiene una menor rentabilidad y su precio de venta es superior al de la cerveza industrial, esto por sus niveles de producción y economía a escala.

Por su parte, desde la parte operativa, el sector cervecero artesanal enfrenta otras limitaciones, como ser; no laborar de manera estructurada, falta de planificación, existe poca inversión en tecnología, en ventas, distribución, almacenamiento, producción, logística y estos

factores pueden incidir en la capacidad del sector para innovar y desarrollar estrategias para problemas como; producción, penetración en el mercado y competencia con la cerveza industrial de Honduras.

Además, desde la perspectiva de la teoría de innovación de Schumpeter existen elementos ausentes en este sector, dicha teoría de Schumpeter considera los siguientes puntos para que un emprendedor sea innovador:

En primer punto, Schumpeter (1942) aborda la introducción de nuevos productos, en este caso los emprendimientos de la cerveza artesanal integran nuevos tipos de cerveza con ingredientes de alta calidad, variedad de estilos y sabores distintos, pero sin estandarización el cual diferencia al sector de la cerveza industrial. Este tipo de cerveza artesanal no tienen conservantes y no aplican la pasteurización que prolongan la vida útil de la bebida, desde la variante de innovación el sector tiene deficiencia, no implementa la investigación y desarrollo en aspectos de penetración de los mercados, temas de competitividad, fuerza de venta, escala productiva y falta inclusión de tecnológica.

Por otro lado, en el segundo punto relativo a la introducción de nuevos procesos de producción o tecnologías que permitan optimizar los tiempos y calidad, se denota que el sector en estudio no ha logrado la eficiencia en cada proceso para desarrollar estándares de calidad que le permita competir con la cerveza industrial.

En el tercer aspecto, la apertura e incursión de nuevos mercados, este sector se encuentra distante debido a que la falta de reconocimiento no ha permitido un desarrollo en mercados locales.

En el cuarto punto, la obtención de nuevas fuentes de materia prima para el sector, el proceso para adquirirlas puede convertirse en procedimientos costosos que se restringe a los recursos financieros y limitaciones geográficas que puede crear dificultades en esta fase a los

negocios en etapa de emprendimiento, para estos tipos de negocios la compra de materia prima es en menores cantidades esto no permite crear producción a escala y a su vez es más costosa, ya que algunos elementos son importados del extranjero como la malta, el lúpulo, cepas de levadura seleccionada e ingredientes especiales (aditivos y ciertas frutas) que en ocasiones son escasos.

Referente al quinto punto, la destrucción o creación de monopolios temporales existentes, se considera que el sector no aplica la investigación y desarrollo e innovación para diseñar inversiones en publicidad y optimización de la gestión del punto de venta que el sector no tiene para competir en el sector de la cerveza industrial.

En cuanto a la observación del estado actual de la innovación a partir del modelo 7D, este sector evidencia qué; la cerveza artesanal tiene una participación baja de liderazgo en el mercado masivo y la toma de decisiones para la incursión en nuevos mercados, debido a que se concentra en un nicho específico. A su vez, en el aspecto de planificación el sector no tiene definido un plan estratégico para posicionarse en el mercado. Otra limitante que se considera en el modelo es el escaso conocimiento (competencias del recurso humano) en la formación técnica en la producción de cerveza.

Todo esto conduce a la existencia de un sector con baja competitividad que no está articulado. El sector cervecero artesanal tiene dificultades para enlazarse con todas sus partes (proveedores acreedores, procesos de producción, estrategias de penetración en el mercado) y competir de una forma efectiva en el mercado.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivos General

Determinar la diferencia significativa entre los factores de restricción y de innovación en los emprendimientos del sector cervecero artesanal y la incursión exitosa en el mercado de consumo masivo de bebidas en Honduras.

1.3.2 Objetivos específicos

- 1.3.2.1. Identificar los factores que impiden al sector de cerveza artesanal la ejecución de procesos de pre-incubación e incubación con el fin de desarrollarse a la etapa de madurez.
- 1.3.2.2. Enumerar las restricciones financieras y operativas del sector cervecero artesanal en Honduras que inciden en la rentabilidad, precio de venta, innovación de las operaciones, capacidad de producción y desarrollo estratégico.
- 1.3.2.3. Estimar la diferencia entre los factores de restricción e innovación en los emprendimientos del sector de la cerveza artesanal en Honduras.
- 1.3.2.4. Determinar el estado actual del sector de la cerveza artesanal en Honduras desde los 5 puntos básicos de la teoría de Schumpeter y el modelo de las 7 dimensiones.
- 1.3.2.5. Analizar la asociación del sector cervecero artesanal con sus ecosistemas en relación al enlace de proveedores, acreedores y producción.
- 1.3.2.6. Formular lineamientos de base respecto a la teoría de innovación de Schumpeter para la generación de una ventaja competitiva, enfocada en innovación y disminución de restricciones.

1.4 Preguntas de investigación

1.4.1 Pregunta General

¿Cuál es la diferencia significativa entre los factores de restricción e innovación en los emprendimientos del sector cervecero artesanal y la incursión exitosa en el mercado de consumo masivo de bebidas en Honduras?

1.4.2 Preguntas específicas

- 1.4.2.1. ¿Cuáles son los factores que impiden al sector de cerveza artesanal la ejecución de procesos de pre-incubación e incubación con el fin de desarrollarse a la etapa de madurez?
- 1.4.2.2. ¿Cómo las restricciones financieras y operativas del sector cervecero artesanal en Honduras inciden en la rentabilidad, precio de venta, innovación de las operaciones, capacidad de producción y desarrollo estratégico?
- 1.4.2.3. ¿Cuál es la diferencia entre los factores de restricción e innovación en los emprendimientos del sector de la cerveza artesanal en Honduras?
- 1.4.2.4. ¿Cómo se encuentra el estado actual del sector de la cerveza artesanal en Honduras considerando los 5 puntos básicos de la teoría de Schumpeter y el modelo de las 7 dimensiones?
- 1.4.2.5. ¿Cuál es la asociación del sector cervecero artesanal con sus ecosistemas en relación al enlace de proveedores, acreedores y producción?
- 1.4.2.6. ¿Qué lineamientos de base se puede formular basado en la teoría de innovación de Schumpeter para lograr una ventaja competitiva, que se enfoque en innovación y disminución de restricciones?

1.5 Justificación

La conveniencia de la investigación es que a través de este estudio se puede determinar la diferencia significativa entre los factores de restricción e innovación en los emprendimientos del sector cervecero artesanal para la incursión en el mercado de consumo masivo de bebidas en Honduras, identificando sus incidencias, asociación y factores. A su vez, la relevancia social se centra en dos vías; la primera es proponer lineamientos de base que permitan a los emprendimientos de la cerveza artesanal la generación de una ventaja competitiva, enfocada en innovación y disminución de restricciones con el propósito de alcanzar innovación de las operaciones, eficiente capacidad de producción y un desarrollo estratégico, y en segunda vía, lograr desarrollo a alternativas que da paso a rentabilidad que incide gradualmente en la mejora de la calidad de vida de los emprendedores de la cerveza artesanal, colaboradores y ecosistemas en relación a los proveedores y acreedores.

La implicación práctica de esta investigación se fundamenta en los aportes a nivel de diagnóstico, inferencia estadística de las relaciones entre factores de restricción e innovación en los emprendimientos del sector de la cerveza artesanal para desarrollar lineamientos de base con fundamento en la teoría de innovación de Schumpeter que permita generar una ventaja competitiva, enfocada en innovación y disminución de restricciones. La utilidad metodológica de este trabajo radica en la posibilidad de emplear los aspectos con rigor metodológico, instrumentos y enfoques utilizados en el estudio como una línea de base para investigaciones futuras. El valor teórico de esta investigación se sustenta en la generación de conocimientos como resultado lineamientos de base fundamentados en la teoría de Schumpeter, con el propósito de generar una ventaja competitiva enfocada en la innovación y la reducción de restricciones. Dicha justificación del presente estudio surge de la necesidad de la ausencia de estudios con rigurosidad científica

del sector de la cerveza artesanal en Honduras, así mismo la importancia que ha adquirido los emprendimientos cerveceros en la economía local.

1.6 Limitaciones de la investigación

En relación con las limitaciones de la investigación, debido a su escasa presencia en la literatura nacional, la información de fuentes primarias carece de datos estadísticos y antecedentes a largo plazo, dado que el campo de estudio abarcado por la investigación tiene menos de 20 años. Por esta razón, se recurrió a la literatura a nivel global para obtener una comprensión completa del fenómeno, restringiendo el alcance del estudio según la disponibilidad de accesibilidad e información de referencia para la investigación.

1.7 Delimitación de la investigación

La delimitación de la investigación se circunscribe de forma espacial en los emprendimientos de la cerveza artesanal en Honduras, en un periodo de tiempo aproximado de diez meses.

1.8 Viabilidad

La investigación es viable desde los puntos de la viabilidad operativas y financiera que se detallan a continuación:

- 1.8.1 Viabilidad Operativa: Dado que se dispone del respaldo y la experiencia de especialistas en el campo, es viable llevar a cabo una investigación adecuada sobre los factores de restricción e innovación en los emprendimientos del sector cervecero artesanal derivadas de la incursión del mercado masivo en Honduras, para un correcto desarrollo de dicha investigación por lo que se considera viable.
- 1.8.2 Viabilidad Financiera: Puesto que esta investigación se enmarca en un contexto académico con recursos financieros y logísticos limitados, su ejecución no presenta un nivel significativo de complejidad financiera.

CAPÍTULO II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

CAPÍTULO II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1 MARCO TEÓRICO

2.1.1 Teoría de la innovación Schumpeter

La teoría de innovación fue propuesta por el austriaco-americano Joseph Schumpeter, el cual valoraba la investigación empírica y consideraciones económicas y sociales con una primera mención en su obra de nombre teoría del desarrollo económico en 1911, reconociendo la importancia de la innovación en la economía que afecta de forma directa a las empresas e individuos (Salazar, 1995). Schumpeter utilizó como base las investigaciones de proceso endógeno, noción de empresario e ideas desarrolladas por Karl Max, David Ricardo, Max Weber, Böhm Bawer y Adam Smith (Montoya Suárez, 2004; Vidal de la Rosa, 2010).

La teoría de la innovación de Schumpeter, no se enmarca en una única inclinación debido a que la misma combina ciencias económicas, sociales, pensamientos marxistas (análisis económico y social), neoclásico, teoría de ciclo económicos, filosofía de empresario e innovación, como resultado una perspectiva que combina diferentes corrientes filosóficas, teorías económicas siendo, este enfoque ecléctico (Glavich, 1995).

En su obra Capitalismo, socialismo y democracia, Schumpeter (1942) aborda la innovación de forma radical y plantea al emprendedor como un motor de innovación radical, con facultades excepcionales, este es promovido de forma activa en el sistema capitalista para efectuar diversas combinaciones en la organización (nuevas ideas, nuevas formas realizar las cosas) o fuera de ellas asumiendo riesgos que le permiten realizar una; introducción de nuevos productos, nuevos procesos métodos de producción, apertura e incursión de nuevos mercados, nuevos proveedores (Amantino, 1998; Santamarina, 1968; Schumpeter, 2023).

Dicha obra manifiesta que la teoría de la innovación afecta la estructura de la economía y empresas, en consecuencia, la innovación genera el desplazamiento radical de los sectores y organizaciones incluyendo el último punto; la creación o destrucción de monopolios temporales, este otorga una ventaja competitiva permitiendo el éxito en un mercado específico en un ciclo económico cambiante y progresivo (Jimenez-Barrera, 2018).

Según Ramírez Meda (2011), la teoría de innovación tiene su génesis en el análisis de la corriente circular en la vida económica, una fase que se guía en una toma de decisión por un orden económico y acciones pasivas, estáticas y limitadas por los resultados en el pasado. No obstante, las alteraciones que se denominó como procesos de desenvolvimiento los cuales son eventos no habituales y que propician las condiciones necesarias para cambios discontinuos y alteraciones del equilibrio, dichas acciones se originan del sector comercial e industrial que motivan combinación de los medios productivos, estas combinaciones generadas por nuevas empresas o emprendedores que reemplazan procesos existentes (Solis Rosales & Cruz Romero, 2020).

Sin embargo, existen puntos importantes que provocan dichas combinaciones como ser; realizar combinaciones diferentes con los mismos medios o utilizar créditos como fuente financiera, las acciones realizadas por el individuo denominado como empresario innovador o emprendedor con una mayor comprensión de la producción y el mercado por con la capacidad de movilizar recursos, innovar, modificar y alterar procesos que impulsan la economía (Ramírez Meda, 2011).

Una definición con enfoque diferente de la teoría de la innovación de Schumpeter aborda la innovación como una fuerza que potencia el ascenso y desarrollo de la economía para superar declive o inmovilización económica, existiendo estas etapas que se repiten constantemente detalladas a continuación; etapa de despegue (modificación de oferta, demanda y diferenciación),

etapa de expansión (nueva capacidad de producción, nueva demanda), etapa de saturación y declive (se mejora la productividad y se racionaliza la inversión), así mismo las etapas están acompañadas del cambio tecnológico que despliega 3 fases; invención, innovación, Imitación (Martínez, 1987).

Para Beristain Hernández (2009), dicha teoría define innovación como los cambios de las combinaciones de la producción que no son afectados por imperceptibles variaciones en el margen siendo esta un factor endógeno, por lo que pertenece al sistema económico expresando puntos básicos tales como (Castillo Martín, 2011); como primer punto la introducción de nuevos productos o de una nueva calidad de un producto ya existente, Schumpeter plantea la introducción de nuevos productos en el mercado como un elemento primordial para la generación de ventaja competitiva y captación de nuevo mercado. Por otro lado, en el segundo punto relativo la introducción de un nuevo proceso de producción, la adopción de nuevas técnicas de producción permite lograr productividad, incremento de producción a escala, reducir costes y eficiencia que favorecen a la economía.

En el tercer punto, la apertura de un nuevo mercado se plantea como una estrategia para incursionar en mercados masivos y así lograr la expansión de la empresa e ingresos. En el cuarto aspecto, el desarrollo de una nueva fuente de insumo, debido al incremento de producción e incursión del mercado la exigencia para captación de mayor cantidad de insumo y calidad en la materia prima obliga al productor a buscar nuevos proveedores que le generen sostenibilidad.

Referente al quinto punto, la destrucción o creación de monopolios temporales, surge en el proceso de despegue y expansión impulsado por la innovación y emprendedores los cuales desplazan a las empresas existentes en el mercado como resultado los métodos de producción y modelos de negocios se convierten en obsoletos.

Los fundamentos esenciales de la teoría de la innovación de Schumpeter pueden ser categorizados en diferentes tipos que permiten su adecuada cuantificación, estos tipos, identificados a través del manual de Oslo (2005), para facilitar la medición y comprensión detallando a continuación en el cuadro No. 1 (OCDE & Eurostat, 2005; Talero Castelblanco, 2017).

Cuadro 1 Tipos de innovación Manual de Oslo y puntos básicos de Schumpeter

Tipo de innovación	Puntos de la teoría de Shumpeter y Manual de Oslo	Autor
De producto	La introducción de nuevo producto en el mercado, mejoramiento de producto existente o el análisis de patente e invención permite evaluar la innovación.	- OCDE & Eurostat, 2005 - Schumpeter, 1942
Proceso	Implementación de nuevas tecnologías o nuevos procesos para mejorar la eficiencia y calidad, o logística de este.	- OCDE & Eurostat, 2005 - Schumpeter, 1942
Organizativas	Nuevos procesos empresariales, estructura organizacional, métodos para incrementar la eficiencia laboral, estudios de productividad laboral, nuevas tecnologías y procesos de producción.	- OCDE & Eurostat, 2005 - Schumpeter, 1942
Comerciales	Incursión de nuevos mercados o promoción, posicionamiento de mercado, publicidad, análisis del producto existente y participación en el mercado.	- OCDE & Eurostat, 2005 - Schumpeter, 1942

Nota: En el cuadro No. 1 se detalla los cuatro tipos de innovaciones como ser; producto, proceso, organizativas, comerciales

A su vez, la teoría de Schumpeter ofrece un marco conceptual que resulta valioso para comprender y explicar de manera más realista el emprendimiento en diversos sectores, como también el sector cervecero artesanal, esta teoría considera el emprendimiento como el motor y

protagonista del sistema basado en el mercado, siendo la innovación y la tecnología sus ejes fundamentales. Con dicho enfoque, es posible enfrentar las diversas problemáticas y obstáculos que surgen debido a los procesos innovadores desarrollados por los propios emprendedores en sus estructuras organizacionales, para realizar combinaciones adecuadas de recursos y adaptar la tecnología mediante la incorporación de sus 5 puntos básicos (Acosta-Tzin & Acevedo, 2023).

2.2 MARCO REFERENCIAL

2.2.1 Emprendimientos desde su origen

El emprendimiento se puede clasificar desde su origen en dos segmentos por necesidad y oportunidad el cual tiene una asociación a la personalidad del individuo, valores, capacidades y contexto económico y social, el emprendimiento por necesidad se vincula por la falta de oportunidades laborales o necesidades económicas, dicho emprendimiento se sub clasifica en emprendimientos tradicionales y de subsistencia, desde otra perspectiva el emprendimiento por oportunidad se centra en la identificación de oportunidades en el mercado existente con un vínculo a la innovación y se subclasifica en emprendimiento de alto impacto y dinámico (Bygrave et al., 2003; Vera Ruiz, 2019). Sin embargo, cada tipo de emprendimiento enfrenta desafíos y oportunidades en contextos únicos, así mismo diferentes entre ellas las fases entre ellas; pre-incubación, incubación y post incubación.

Además, el proceso de pre-incubación en el contexto del emprendimiento constituye una fase inicial destinada a proporcionar apoyo a los emprendedores en la validación, desarrollo y concreción de sus ideas. Este proceso abarca una serie de elementos, entre ellos; la selección y evaluación de la idea de negocios (considerando su viabilidad y el potencial en el segmento de mercado correspondiente) (Corredor Álzate & Sánchez Leiva, 2021).

A su vez, la provisión de formación y capacitación en aspectos clave, tales como el desarrollo de negocios y la educación financiera, la concepción y diseño del modelo de negocio,

abordando su definición y la identificación de fuentes de financiamiento y finalmente, la promoción del desarrollo de redes sólidas, englobando la búsqueda y establecimiento de conexiones de proveedores y colaboradores (Corredor Álzate & Sánchez Leiva, 2021).

Al mismo tiempo, el proceso de la incubación de negocios tiene como objetivo la promoción de asesoría, infraestructura, transferencia de tecnología, financiamiento para desarrollar una idea consolidada, resultado de la pre-incubación en un ambiente propicio para el crecimiento y desarrollo de nuevos negocios con la correcta combinación de recursos, las actividades que se desarrollan en dicho proceso implica el asesoramiento personalizado para desarrollar sostenibilidad, innovación y enfrentar los desafíos del mercado (Bonilla Monzón & Tamayo Rodriguez, 2008).

Entre los tipos de incubadoras existen (Regalado et al., 2016):

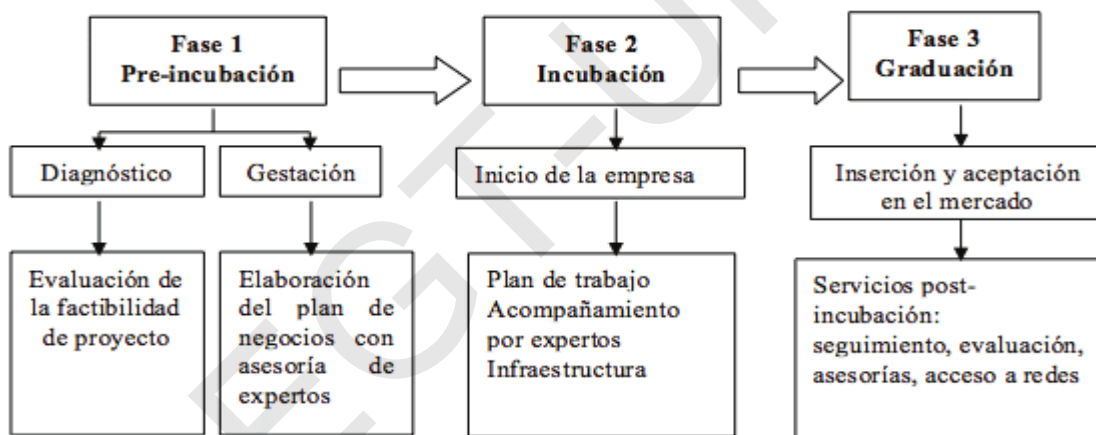
- Incubadoras para negocios tradicionales; este tipo de negocios emergentes demandan infraestructura y tecnología básica, se realiza el apoyo en temas de administración, mercadotecnia, contabilidad, ventas, comercialización con un tiempo estimado de incubación de tres meses.
- Incubadoras para tecnología intermedia; son negocios emergentes que desarrollan operaciones de manufactura e innovación semi-especializada con asesoría de temas de administración, acceso a fuente de financiamiento, mercadotecnia, tecnología y comercialización se estima un periodo de incubación de doce meses.
- Incubadoras para alta tecnología; empresas que desarrollan operaciones especializadas en tecnología en la innovación, se estima un tiempo de incubación de dos años.

- Incubadoras de innovación o de ciencia; programas de centros gubernamentales, universitarios o sector privado orientados a fomentar las innovaciones en diferentes campos de la ciencia y tecnología aplicada.

Referente al último proceso de post-incubación de emprendimiento tiene como objetivo el fortalecimiento de las capacidades, implementación de mejora continua y monitoreo del emprendimiento en el mercado, se estima un periodo de dos años, con el fin de alcanzar la consolidación del negocio y que alcance el nivel de madurez (Oswaldo et al., 2019).

A continuación, se observa en la ilustración No. 1, los tres tipos de procesos en el emprendimiento.

Ilustración 1 Procesos de los emprendimientos



Fuente: (Canales García & Godínez Encino, 2014).

2.2.2 Emprendimiento y su aporte a la economía

El emprendimiento puede ser definido como el impulsor del desarrollo económico, mediante la implementación de acciones creativas, el desarrollo de ideas innovadoras y la asunción de riesgos con el objetivo de establecer nuevas empresas (Barahona, 2023). En la opinión de Duarte & Ruiz (2009), el emprendimiento se define como las actividades novedosas, innovadoras que realiza un individuo con características específicas como ser; necesidad de

logro, trabajo basado en resultados, alta autoestima, creatividad, dinamismo, capacidad financiera e identificación de oportunidades para la creación de nuevas empresas o actividades comerciales.

De acuerdo con Schumpeter (1942), el emprendimiento se origina a partir del reconocimiento de oportunidades que permiten obtener utilidades mediante la creación de nuevas empresas. El emprendimiento según Wong et al., (2005), se puede clasificar en emprendimiento por necesidad y emprendimiento por oportunidad. Los elementos que existen en el emprendimiento son (Granadillo & Artigas, 2015; Proaño, 2014); como primer punto la idea de negocio; un concepto nuevo, innovador que busca suplir una necesidad del mercado. Referente al segundo punto, la capacidad de asumir riesgos; el emprendedor lidera el proceso y realiza las diferentes combinaciones para enfrentar los riesgos. En tercer punto, plan de negocio. Financiamiento; fuente financiera para la obtención de recursos para invertir en la idea).

El cuarto elemento es el modelo de negocio; tipo de estrategia que se utilizará para implementar la actividad en el mercado, generación de utilidades y gestión de costos operativos, identificando el mercado meta. Como quinto elemento, la capacidad para innovar y la adaptación a los entornos, A su vez, la importancia de las habilidades empresariales (planificación, liderazgo, toma de decisiones, resolución de problemas, persistencia y resiliencia).

Para medir el emprendimiento existen una serie de indicadores que permiten abordar el nivel de cobertura y desafíos según tipología y dimensiones desarrollados por (García G., 2017):

- Banco Mundial; organización internacional creada en 1944 que ofrece asistencia técnica, financiamiento para diversos proyectos que impulsen el desarrollo a nivel global.
- Foro Económico Mundial; institución internacional sin fines de lucro fundada en 1971, con el fin de abordar temas globales orientados a la economía, tecnología,

política, salud, educación, ambiente y aspectos sociales, dicha institución implementa proyecto con la red de miembros en busca de soluciones colaborativas para los retos globales, a su vez elabora diversos informes y análisis de forma anual.

- Global Entrepreneurship Monitor (GEM); informe internacional que recolecta datos y analiza el emprendimiento a nivel global con una metodología estandarizada englobando temas como la creación del emprendimiento, financiamiento, motivación y barreras.
- Doing Business; informe que evalúa el entorno económico y la facilidad para efectuar negocios, creación de nuevos emprendimientos y barreras que conllevan.
- Dashboards; herramienta para visualizar datos, rastreo de métricas, controles internos, cumplimientos de hitos en los proyectos.
- Índice Global de Emprendimiento y Desarrollo (IGE); indicador diseñado para medir los ecosistemas en una región o país en aspectos relacionados al emprendimiento, cultura emprendedora, financiamiento, infraestructura entre otras.
- Índice Global de Competitividad (IGC); es una herramienta diseñada por el Foro Económico Mundial, con el fin de evaluar los fundamentos macroeconómicos y microeconómicos de la competitividad.

Dichos indicadores abordan temas de cobertura temporal, geografía, desigualdad, índices compuestos que acercan indirectamente a los emprendimientos y coberturas temporales dilatadas.

Referente a las ventajas del emprendimiento, Kirzner (1975), considera que dicha actividad ofrece el descubrimiento de un conjunto de oportunidades no exploradas por el mercado actual. A su vez, Knight (1921), destaca que el emprendimiento ofrece dos ventajas en específico;

administrar los elementos de producción de forma adecuada para una empresa y enfrentar de forma eficiente la incertidumbre al contar con una nueva actividad.

Según Audretsch & Keilbach (2004, 2005), la creación de nuevas empresas aporta variaciones positivas al PIB a su vez, la implementación de tecnología e incremento de generación de empleo, sistematizando la relación positiva a la economía en mayor difusión de conocimiento, investigación, tecnología, crecimiento de productividad sin embargo, el éxito de los emprendimiento está relacionado a las condiciones del entorno, características de la región y la dinámica de la relación en el emprendimiento y el crecimiento económico dependerá de la etapa de desarrollo del país como su tipo de economía.

Las desventajas del emprendimiento se vinculan al riesgo financiero que asumen los emprendedores al invertir sus propios recursos al no tener acceso a financiamiento, por lo que la inestabilidad financiera afecta a las primeras etapas desde su origen, unos de los aspectos que desfavorece esta actividad es la falta de beneficios y seguridad laboral, sumado a esto la complejidad administrativa, escasez de recursos, poca profesionalización (Oñate Barria, 2020).

Un tema relevante en los emprendimientos y en las Micro, pequeña y mediana empresa (MIPYMES) es la innovación de productos tangible e intangibles, innovación en tecnología y logística, la diferenciación de productos y servicios con características únicas, la calidad como un factor crítico, personalización y adaptación para lograr un grado alto de satisfacción al cliente, servicio al cliente diferenciado para resolución de problemas y experiencia al cliente como una estrategia para lograr competir, mercadotecnia, precios competitivos y colaboración estratégica con diferentes empresas, esto permite destacar en el mercado y distinguirse en la economía, la diferenciación óptima permite al emprendimiento o MIPYMES posicionarse en el mercado y establecer una cartera de clientes (Quijano Garcia, 2016).

En resumen, el emprendimiento aporta a la economía; generación de empleo, innovación (tecnología, procesos, mercado, calidad, mejora de producto o servicios), entorno competitivo, crecimiento económico, atracción de fuentes de inversión locales e internacionales, emprendimiento inclusivo (cualquier grupo o persona con capacidades especiales puede emprender), incremento de exportaciones según la naturaleza del emprendimiento.

2.2.3 Ecosistema de emprendimiento

Los ecosistemas de emprendimiento son grupo determinado de actores con diferentes roles constituidos de manera formales e informales de una determinada zona geográfica y aspectos socioculturales que trabajan de forma vinculada con el fin de alcanzar sostenibilidad, a su vez el intercambio de tecnología, información, experiencia y servicio en los diferentes ciclos económicos es vital para el desarrollo de la condición de colaboración (Spilling, 1996).

Como expresa Martínez Ortiz et al., (2016) los ecosistemas de emprendimientos son ambientes dinámicos, colaborativos, desarrollo de empresas los cuales están interconectados en el cual su posición favorable es el vínculo y sinergia de los actores que influye de forma positiva en la economía y generación de empleo. Los ecosistemas tienen como base seis principales dominios (Política, mercados, capital humano, servicios, cultura y finanzas) que se entrelazan para obtener la consolidación de clúster de ecosistemas de emprendimiento observado de forma detallada en la ilustración 2:

Ilustración 2 Dominios de los ecosistemas de emprendimientos



Fuente: (Corredor Toro, 2013)

Así pues, los elementos claves de los ecosistemas de emprendimiento son; financiamientos disponibles, cultura de emprendimiento, infraestructura, políticas gubernamentales que benefician los emprendimientos emergentes, capital humano, demanda, redes colaborativas, incubadoras. Los ejes conceptuales que se pueden evaluar de los ecosistemas juegan un papel relevante como ser; estimulación de conjunto de emprendimientos (talento humano, sistema de educación, cultura emprendedor, condiciones del entorno económico), factores que inciden en las oportunidades de los emprendimientos (condiciones del mercado seleccionado, estructura del emprendimiento, innovación e investigación), promoción o barreras en el desarrollo dinámico (entorno para las redes colaborativas, financiamiento, políticas gubernamentales) (Kantis et al., 2015; Weinberger-Villarán, 2019).

A continuación, se describen los tipos de ecosistemas más comunes en el cuadro No. 2:

Cuadro 2 Tipos de Ecosistemas

Tipo de ecosistema	Descripción	Cita
Ecosistemas de emprendimientos tecnológicos	Este tipo de ecosistema es orientado a las empresas relacionados al emprendimiento tecnológico (IA, desarrollo de software y hardware) un ejemplo de ellos es Tel Aviv, Silicon Valley, Shenzhen	(Martínez, & Pazos, 2019)
Ecosistema de emprendimiento cultural y creativo	Se orientan en empresas procedentes del rubro de la industria cultural, economía creativa, arte, moda y diseño.	(Vélez, 2013)
Ecosistemas de emprendimientos en etapa inicial	Estos ecosistemas surgen de las colaboraciones del estado, empresa privada, ONG, que participan en procesos de pre-incubación, incubación, post-incubación.	(Weinberger-Villarán, 2019)

Ecosistemas de emprendimientos corporativos	Empresas consolidadas crean programas de colaboración o fondos de inversiones corporativas.	(Bedoya & Arango, 2017)
Ecosistemas locales	Son ecosistemas en sectores específicos que tienen colaboración con diferentes industrias, asesoramiento, eventos, financiamiento local y apoyo del gobierno local.	(Mendoza & Suárez-Guerrero, 2021)

Fuente: Elaboración propia

Por consiguiente, los ecosistemas locales están conformados por la intención de los emprendimientos, procesos de cada negocio, tipología de modelo de negocio, crecimiento y desarrollo, siendo un ejemplo los startup los cuales sus ecosistemas presentan características como el acceso a tecnología, acceso a fondos de origen concursal, inversiones ángeles, capital de riesgo, participación con incubadoras de negocios, inversionistas, gobierno, universidades, proveedores y acreedores (Weinberger-Villarán, 2019).

En tal sentido, las ventajas de los ecosistemas de emprendimientos van desde el acceso a los recursos, innovación, construcción de relaciones de asesoría, proveedores e inversión, pre-incubación, incubación, post incubación, dentro de las desventajas se encuentran la alta concentración de competencia, limitación de innovación por homogeneidad generada por el entorno (Ávila Bello, 2020). Cabe recalcar que las ventajas y desventajas y tipos de ecosistemas son diferentes según la zona geográfica y características de los ecosistemas de emprendimientos, uno de los informes que proporcionan datos relevantes es el desarrollado por Global Entrepreneurship Monitor (índice de GEM) (GEM, 2023).

2.2.4 Medición de emprendimientos y ecosistemas

Existen diversas formas individuales y colectivas para medir el emprendimiento y sus ecosistemas, entre ellas; el índice de GEM y el Doing Business del Banco Mundial.

2.2.4.1 Índice de GEM

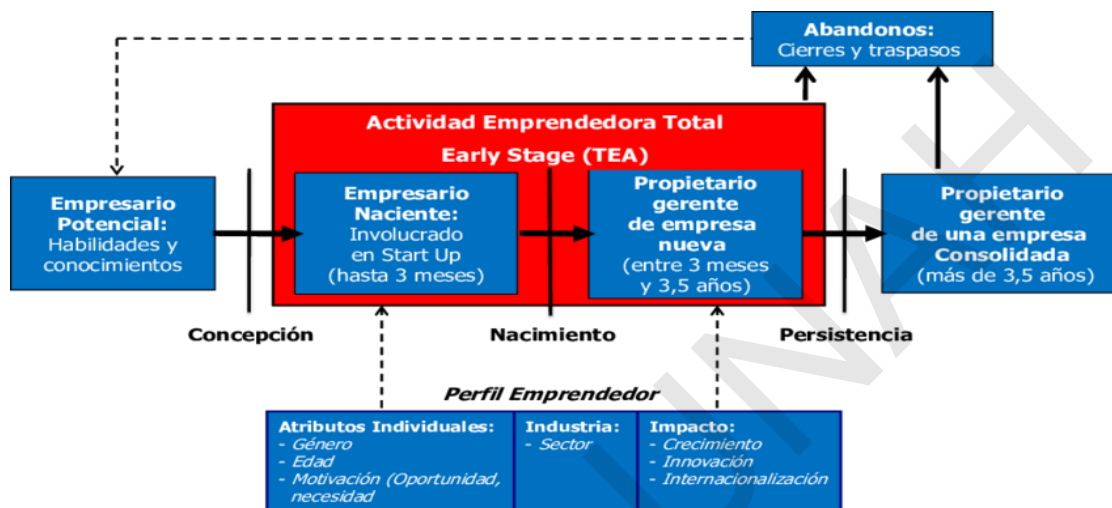
El Global Entrepreneurship Monitor (índice de GEM), es un informe que analiza el emprendimiento en 49 países desde el año 1999 encuestando a 170,000 emprendedores sustentados por un marco teórico, en un contexto social, económico, política, condiciones del país, condiciones para emprender esto permite presentar hallazgos anuales referentes a la importancia del emprendedor en generación de ingresos, empleo, innovación, valores sociales, atributos individuales (aspectos psicológicos, demográficos, motivación), nuevos emprendimientos, tipos de actividades, ciclo de vida del emprendimientos. Los aspectos de evaluación de dicho informe son; la tasa de actividad emprendedora (TEA) que permite medir la población que está involucrada en emprendimientos (GEDI, 2023).

Al mismo tiempo, las actitudes hacia el emprendimiento que analiza la percepción de las actitudes de los emprendimientos que le permitan alcanzar el éxito, las características del emprendimiento las cuales evalúa ciertos factores (género, edad, experiencia, nivel educativo), ambiente de negocio que determinan la disponibilidad de fuentes de financiamiento, tecnología, políticas gubernamentales, capacidad de innovación y tecnología. Este informe utiliza una metodología que aplica una encuesta de adultos entre 18-64 años y encuesta a expertos esto permite desarrollar estudios científicos sustentados en el índice de GEM a su vez la situación actual y puntos débiles (GEDI, 2023).

Entre las valoraciones más destacadas que realiza el informe se encuentra la tasa de actividad emprendedora (TEA) que para el año 2022, treinta y ocho economías que participaron en la investigación doce incrementaron su nivel entre 6-9% y dieciséis decrecieron de forma significativa y diez permanecen en un nivel aceptable de 5.8% el punto máximo de 31.8% de forma global, otra variable es la bolsa de emprendedores que para 2022, doce economías cayó cinco puntos siendo las intenciones globales entre 11.7-23.5%, la estabilidad de los

empresimientos está en 5.1-10.3% y la clausura de negocios en un rango de 3.5%-6.2% (GEM, 2023). A continuación, en la ilustración no. 3 se observa los indicadores a evaluar en el informe de GEM:

Ilustración 3 Indicadores del informe GEM



Fuente: (Hernández Mogollón et al., 2015).

2.2.4.2 Doing Business del Banco Mundial

El informe Doing Business clasifica a las naciones en función a indicadores que tienen una relación con la facilidad de apertura de nuevos negocios, ambiente factible para realizar negociaciones, acceso a financiamientos, leyes o impuestos gubernamentales, protección a inversión extranjera, en efecto dicho informe proporciona datos relevantes para la inversión de los diferentes países (Banco Mundial & Corporación Financiera, 2009). El informe analiza dos tipos de datos; la revisión de las leyes y regulaciones y los indicadores de tiempo y movimientos referente a estimación de costos, eficiencia del objetivo legislativo.

En ese mismo contexto, las ventajas de dicho informe son de carácter cuantitativo con mediciones que permiten identificar las mejoras regulatorias que promueven las actividades empresariales, derechos de propiedad intelectual, mejores regiones para negocios y a su vez la

situación económica de los países alrededor (Group, World Bank, 2023). Las desventajas del estudio es la falta de medición del total de los aspectos del entorno empresarial, aspectos seguridad, situación de corrupción, capacidad del mercado laboral, estabilidad en la macroeconomía, calidad de infraestructura, cabe destacar que la elaboración del informe Doing Business se encuentra suspendido y se encuentra en auditoría debido a ciertas inconsistencias (Banco Mundial & Corporación Financiera, 2022).

2.2.5 Innovación en emprendimientos

Vélez-Romero & Ortiz Restrepo (2016), indica que la innovación en emprendimientos es el proceso que consiste en la implementación de procesos, tecnología, prácticas laborales y modelos de negocios con el objetivo de lograr la eficiencia y alcanzar la perfección en una secuencia de búsqueda, síntesis y convergencia para obtener ventajas competitivas. Un concepto diferente define la innovación empresarial como un elemento prioritario para lograr resultados óptimos que permitan alcanzar eficiencia en la estructura organizacional, calidad de servicio y productos con la I+D+i y alcanzar la sostenibilidad (Pérez, 2019).

Según Orfila-Sintes y Mattsson (2003), los tipos de innovación en el ámbito del emprendimiento pueden clasificarse en dos categorías principales; innovaciones en marketing, que se distinguen por generar transformaciones en los productos (como la modificación del diseño y la presentación); y otro tipo de innovación, centrado en los productos, que cumple con los requisitos de originalidad y utilidad al incorporar mejoras en los procedimientos de producción, gestión logística y distribución.

Existen otras clasificaciones según criterios de objeto, novedad y estrategia de innovación las cuales son (Cueva, 2007); la primera clasificación, según el objeto de la innovación; innovaciones con base a tecnologías que, a su vez, se subdividen en innovaciones de productos tangibles e intangibles. Estas abarcan desde la introducción de nuevos productos hasta la

optimización de los ya existentes. Las innovaciones en procesos se centran en las operaciones internas del emprendimiento, abarcando aspectos como marketing, financiamiento, estructura y procesos de producción. Además, se encuentra la innovación en el mercado, que involucra la cartera de clientes, proveedores y acreedores.

En la segunda clasificación, basada en el nivel de novedad de la innovación, se destacan las innovaciones radicales que generan diferencias sustanciales (ya sea en la materia prima, propiedad intelectual o características de los productos y servicios). Por otro lado, se encuentran las inversiones incrementales, las cuales se realizan de manera continua en los procesos o productos existentes. En la tercera clasificación la finalidad estratégica de la innovación, la cual varía según las características y la tecnología involucrada.

Los elementos en la innovación de los emprendimientos son; la creatividad en las nuevas ideas a la concepción de soluciones, el I+D+i para desarrollar nuevas tecnologías y mejoras en productos tangibles e intangibles, la optimización de procesos en la cadena de suministro, operaciones y costos, adaptación y flexibilidad en los cambios del entorno, liderazgo en la implementación de la innovación en los emprendimientos y aprendizaje constante enfocado en la mejora continua (Castrillón & Mares, 2013).

En concordancia con lo anterior, la invención tecnológica en los emprendimientos ofrece el desarrollo de soluciones de naturaleza novedosas para problemas específicos desde una perspectiva creativa, identificación de necesidades y oportunidades, por lo que es importante el respaldo legal, por otra parte la inclusión tecnológica garantiza el acceso a la tecnología de forma equitativa siendo un objetivo importante en la actualidad y así reducir la brecha en una sociedad digital, esto favorece de forma significativa a la economía debido a que impulsa la innovación y el crecimiento económico (Etcheverry, 2017).

De manera similar, la investigación y desarrollo (I+D) empodera a las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES) para competir en el mercado, destacando en aspectos relacionados con la incorporación de tecnología de vanguardia, la innovación en la creación de nuevos productos y la optimización de procesos. Esto les brinda una ventaja competitiva al anticipar las demandas del mercado, mejorar la calidad de sus ofertas y adaptarse eficazmente a nuevos entornos empresariales. En consecuencia, la inversión en I+D+i emerge como una estrategia de éxito a largo plazo (Astudillo Durán & Briozzo, 2015).

La innovación se puede medir en diferentes metodologías o métricas en los emprendimientos y organizaciones de esta manera comprender ciertos aspectos y criterios estos pueden ser:

Cuadro 3 Tipos de métodos para evaluar la innovación

Tipo	Descripción	Referencia
Manual de Oslo	El manual proporciona directrices y recomendaciones para la selección, recolección y análisis de datos de las innovaciones en las empresas con una variedad de temas; definición de la innovación, etapas, indicadores, innovación de procesos, evaluación de la innovaciones y colaboración.	OCDE & Eurostat, 2005
Modelo de las 7 dimensiones de la innovación	Evalúa ciertos criterios para evaluar la innovación, excelencia en los servicios y calidad con las dimensiones; liderazgo, planificación estratégica, competencias del recurso humano, procesos, organización, satisfacción de clientes y responsabilidad Social)	Arzola & Mejías, 2007
World Intellectual Property Organization, 2022 WIPO	La organización mundial de la propiedad intelectual proporciona datos de la innovación, tratados, resolución y recopilación de información, promoción de la creatividad e innovación y propiedad intelectual	World Intellectual Property

		Organization,
		2022
Modelo de la triple hélice de la innovación	Dicho modelo analiza las interacciones de tres actores claves; gobierno, academia e industria, lo cuales la colaboración entre ellos es crucial para el desarrollo de la innovación	Medina Bueno, 2017
Modelo de Innovación abierta	Define que las empresas puede ser receptores de innovación con las relaciones de terceros agentes esto le permite la obtención de conocimiento	(González-Sánchez & García-Muiña, 2011

Fuente: Elaboración propia

En el emprendimiento del sector de la cerveza artesanal, la innovación ofrece una diferenciación en un mercado altamente competitivo y satisfacer la necesidades del mismo, por lo que la innovación se puede alcanzar en los nuevos estilos de cerveza que ofrezcan una experiencia de sabor distinta al cliente, procesos de fabricación distintos que permitan alcanzar la calidad, prácticas más sostenibilidad, diseños de empaques innovadores, tecnologías personalizadas, canales de distribución y ventas alternativos, nuevos modelos de negocios (Cotrino Velásquez & Mendoza meneses, 2020).

2.2.6 Mediciones de la innovación

2.2.6.1 Manual de Oslo

El Manual de Oslo son directrices para la recolección, medición e interpretación de información relacionada a la innovación, actividades I+D+i, elaborado por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) con su primera edición en el año 1992, dicho manual aborda conceptos de innovación y vínculos de agentes (Echevarría, 2008). El manual establece diferentes tipos de conexiones y fuentes como ser; fuentes internas a las empresas desde I+D, producción, distribución, mercadotecnia, fuentes externas en el mercado las

cuales varían desde la demanda, competencia, otros negocios del sector, asesoramiento, proveedores, acreedores y laboratorios, fuentes del sector público entre ellas los observatorios de las universidades e investigaciones privadas y gubernamentales (OCDE, Eurostat, 2005).

La OCDE, Eurostat (2005) define las conexiones en fuente de información general como los registro de las patentes, convenciones, reuniones, revistas científicas e información especializada, ferias, cámaras de comercio, redes informales, leyes gubernamentales, a su vez sí las fuentes en mención son de carácter de información abierta, cooperatividad, fuente para adquisición de conocimiento y la tecnología (Sánchez & Castrillo, 2006).

Los elementos que se consideran en el manual de Oslo son los tipos de I+D+i y pautas entre las investigaciones básicas, las investigaciones de campo, desarrollo en etapa experimental, otro elemento a considerar son los actores involucrados en cada etapa de investigación científica como también el acceso a financiamiento, modelo de negocio dicho manual considera las actividades no experimentales e investigaciones de carácter social (Lugones, 2000).

Las ventajas del manual de Oslo permiten generar la combinación de los tipos de innovación que el manual considera (innovación de un producto, innovaciones de procesos empresariales), dichas combinaciones pueden variar en la innovación de procesos con la calidad, innovación de producto con la innovación de procesos, generar un modelo de negocio que incluya innovaciones parciales o integrales en sus procesos, productos, mercadotecnia, logística (OECD/Eurostat, 2018).

2.2.6.2 Modelo 7D para la evaluación de innovación

El modelo para la evaluación de la gestión de la innovación se originó para evaluar el sector de servicio midiendo 7 dimensiones en los cuales considera factores de manufacturación y factores de éxito para cualquier tipología de negocios con la adaptación a la prestación de servicio, cada dimensión está diseñada con variables que interactúan para obtener un alto grado

de innovación, las dimensiones que considera el modelo son; Liderazgo y Planificación Estratégica las cuales interactúan de forma directa que evalúan la dirección y nivel de innovación en la toma de decisiones gerencial (Arzola & Mejías, 2007).

Al mismo tiempo, la dimensión de satisfacción de clientes mide el grado de satisfacción y congrega elementos (tipos de servicio, percepción, satisfacción, necesidades, calidad reclamos, periodicidad de nuevos productos) vinculados a la innovación, la dimensión de competencias del recurso humano evalúa habilidad, formación profesional programas de mejora continua e innovación, creatividad, motivación, adquisición de aprendizaje, trabajo en equipo, la dimensión de procesos mide los elementos de infraestructura de cada proceso y tecnología, la dimensión de organización para medir la innovación organizativa, a su vez, la dimensión de responsabilidad social evalúa la relación crecimiento en rentabilidad y acciones ambientales y sociales (Arzola & Mejías, 2007).

Por otra parte, el modelo de las 7D analiza criterios para evaluar cada dimensión en una escala de Likert de 5 escalas y así lograr interpretar según los criterio (Torres Pereira & Zumba Zuñiga, 2015): no aplica, escala 1; no existe, no tiene cumplimiento de elementos o existe pero no tiene ningún grado de aplicación, escala 2; existe en menor grado con oportunidad de mejora, tiene aplicación parcial o sólo en ciertos sectores de la empresa, escala 3; se aplica en toda la empresa de manera puntual, no tiene ningún grado de supervisión, escala 4; se aplica de manera permanente en la empresa y tiene supervisión sistemática, escala 5; se aplica en toda la empresa, tiene supervisión sistemática y mejora continua con innovación.

Aunado a esto, las ventajas que otorga el modelo de las 7D, como herramienta es que permite analizar y evaluar ciertos criterios y elementos que permitan desarrollar estrategias y toma de decisiones para optimizar los recursos, lograr eficiencia en el uso de tecnología,

protección, inventariar las tecnologías internas y actividades, así mismo evaluar el éxito de negocio, infraestructura de procesos y prestación de servicio (Arzola, 2007).

El modelo de las 7D se caracteriza por su versatilidad intrínseca, lo que permite ajustar sus dimensiones de manera adaptable a la empresa bajo evaluación (Olivero-Vega et al., 2022). A su vez, Olivero-Vega et al (2022) hace mención que una de las desventajas del modelo radica en su inclinación hacia la aplicación, que en mayor medida ha sido a las empresas que ofrecen productos intangibles. En la actualidad, la competencia agresiva en el mercado obliga a las empresas y emprendimientos analizar e implementar otro factor, el cual es la calidad.

2.2.7 La Calidad

Según Mendoza-Arviso & Solís-Rodríguez (2022), la definición de la calidad consiste en la estandarización de cada procesos o servicio, así como la supervisión de las operatividades y la mejora constante para alcanzar las expectativas y estándares necesarios, disminuyendo las deficiencias para lograr satisfacer la demanda, la calidad tiene una relación directa con la innovación.

Una perspectiva alternativa conceptualiza la calidad dentro de las organizaciones como una sinergia, reingeniería de estrategias destinadas a instaurar una mejora continua en los productos, servicios y procesos, con el propósito último de lograr tanto la sostenibilidad como la competitividad deseada (Gómez Romero et al., 2014).

La calidad se implementa a través de la aplicación rigurosa de parámetros y estándares de control que definen las características inherentes que deben tener un proceso, servicio o producto en cuestión (Sosa Estrada & Martín Carbajal, 2015).

Los elementos que tiene la calidad oscilan en el cumplimiento de los requisitos y especificaciones técnicas para obtener el producto o servicio esperado, la satisfacción al cliente en el cumplimiento de sus necesidades, expectativa o servicio deseado, la reducción de defectos

en los servicios o productos para garantizar la funcionalidad adecuada del resultado final (Rojas-Martínez et al., 2020).

En esa misma línea, la confiabilidad y eficiencia haciendo uso de los recursos con la minimización del desperdicio de materia prima y disminuyendo las horas de holguras, la implementación de mejora continua, la innovación para adaptar las mejoras y nuevos enfoques, la estandarización de procesos, productos y servicios, mediciones y control de calidad utilizando indicadores, mediciones de desempeño del recurso humano para obtener el grado de eficiencia y eficacia necesaria (Montoya Agudelo & Boyero Saavedra , 2016). La medición de la calidad puede variar según el proceso, producto o servicio siendo una de las más comunes y rigurosas la normativa de la implementación del sistema de gestión de la calidad (ISO 9001).

Las normas ISO 9001, son una serie de requisitos para medir y aplicar la calidad de manera efectiva bajo tres indicadores principales (ventaja competitiva, servicio al cliente, mejora de la operación interna), los aspectos de base para aplicar de forma efectiva la normativa son; capacidad y educación, equilibrio de los documentos y las habilidades, estrategia de comunicación, reevaluación de las estrategias implementadas (Rincón, 2002).

Siguiendo a estos la planeación y organización, evaluación del estado actual, desarrollar estructura del proyecto, establecer las directrices del sistema de calidad (manual de calidad, procedimientos, instructivos, formatos, políticas, conceptos fundamentales, principios y pruebas), todo ello permite la implementación de los elementos del sistema de calidad y validación de la implementación asegurando un sistema de calidad (Rincón, 2002).

A continuación, se observa los procesos de calidad según los estándares de la ISO 9001 en la ilustración No. 4

Ilustración 4 Principios de la calidad



Fuente: (Severino, 2018).

Complementariamente, es necesario definir la estandarización de procesos como la gestión que consiste en la definición teórica de procesos, métodos y procedimientos iguales para realizar tareas o producir de forma eficiente y control calidad, para ello es necesario el involucramiento del personal en áreas operativas, desarrollo de métodos eficientes, diagramas y manuales, capacitación de los procesos, implementación de los criterios de estandarización antes expuestos y verificación del resultado obtenido (Pérez Zurita, 2014).

Las ventajas de implementar la calidad en las organizaciones son; cumplimiento de las expectativas de la demanda, fomenta la innovación, implementación de mejorar continua en los procesos y productos, análisis y correcciones de producción, reducción de fallas, genera competitividad, cumplimiento de normativa con los estándares, prestigio de la marca y rentabilidad de la empresa (Carranza et al., 2020).

Con respecto a lo anterior, las prácticas de calidad brinda al emprendimiento del sector de la cerveza artesanal son imperativas para la disminución de fallas en producción, imagen de la empresa y finanzas, así como la reducción de costos y conceptualización e implementación de estándares de calidad elevados que impulsen la aceptación en el mercado y el crecimiento

significativo del emprendimiento, es importante recalcar que la toma de decisiones es crucial para garantizar la estabilidad y excelencia del producto o servicio considerando el compromiso del establecimiento, control de calidad, selección de proveedores y acreedores, formación de los colaboradores, prevención, seguimiento, acción correctiva, auditoria, comunicación con los clientes y generar con ello la mejora continua (Aldaves Quispe & Noriega Sanz, 2018).

2.2.8 Mejora continua

La mejora continua se centra en la idea del mejoramiento constante de la calidad y este adquiere un carácter fundamental. A partir de la mitad del siglo veinte y a lo largo de las dos décadas subsiguientes, William Edwards Deming (1950) incorporó la mejora continua en un ciclo de cuatro etapas el Ciclo PHVA (planificar, hacer, verificar, actuar). Desde entonces hasta el presente, este ciclo ha trascendido como un emblema incontestable de la mejora continua. Las Normas NTP-ISO 9000:2001, cimentan su estructura de Mejora Continua del Sistema de Gestión de la Calidad en el Ciclo PHVA (Grados Arellano & Obregón La Rosa, 2018).

Las organizaciones que no implementan la mejora continua en procesos, servicios o productos el porcentaje de ineficiencia puede ubicarse en el rango del 15 al 25 % de sus rendimientos. Mientras tanto, en aquellas que sí la implementan, este porcentaje se reduce a un intervalo de entre el 4 y el 6 %, un cálculo rápido desvela la relación que ejerce sobre los resultados y la competitividad en el mercado. La mayoría de los fallos o deficiencias de procesos que contribuyen al desperdicio permanecen inadvertidos, siendo considerados como normales, pasados por alto y, con frecuencia, encubiertos. Estas actitudes obstruyen la búsqueda de soluciones y la prevención de su recurrencia (Rojas Uchuypoma & Villalta Echenique, 2003). La instauración de la gestión de mejora continua en una organización demanda liderazgo por parte de la dirección, la constitución de un comité dedicado a la mejora continua, capacitación y

motivación específicas, establecimiento de un sistema de gestión documentado y asesoramiento externo (Patón Villar et al., 2013).

De acuerdo con la ISO 9000:2001, la Mejora Continua es una actividad periódica destinada para potenciar la capacidad para cumplir con los requisitos, siendo estos requisitos las necesidades o expectativas establecidas, generalmente implícitas u obligatorias para un sistema de calidad. Implica el análisis y evaluación de la situación actual, el establecimiento de objetivos para la mejora, la implementación de soluciones potenciales, la medición, verificación y análisis de los resultados obtenidos, así como la formalización de los cambios logrados. Estos resultados se revisan para detectar oportunidades adicionales de mejora. La mejora es una actividad continua que se nutre de la información generada por el propio sistema y proporcionada por los clientes (García et al., 2001).

En el marco de un sistema de gestión de calidad y la mejora continua el ciclo PHVA (planificar, hacer, verificar, actuar) es un proceso en constante movimiento, aplicable a cada uno de los procesos. Este ciclo está intrínsecamente relacionado con la planificación, implementación, control y mejora continua, tanto de los productos como de los procesos del sistema de gestión de calidad (Saizarbitoria & Casadesús Fa, 2001). A continuación, se observa el ciclo PHVA en la ilustración No. 5:

Ilustración 5 Ciclo PHVA



Fuente: (Pixel Group Net S.A.S, 2023).

El ciclo PHVA el cual se clasifica en las etapas de; planificar las metas y cada objetivo necesarios para el proyecto, esto permite la elaboración de estrategias y reducción de riesgos, la siguiente fase es hacer que implica la ejecución de los elementos y actividades definidas, en consecuencia permite desarrollar la fase de verificar que permite analizar los resultados de las dos fases anteriores y así identificar las oportunidades para la mejora continua y aplicar la fase de actuar que permite implementar medidas correctivas y a futuro medidas de prevención (Grados Arellano & Obregón La Rosa, 2018).

En cuanto a la aplicación de mejora continua en las MIPYMES, es un tema fundamental y estrategia con el fin de incrementar la calidad, procesos, sostenibilidad, y competitividad en el mercado. Así mismo, en el sector cervecero artesanal juega un papel crucial para alcanzar la calidad, competitividad en la industria y satisfacción de su cartera de clientes, para la implementación de la mejora continua en las MIPYMES y el sector cervecero artesanal es necesario un control de calidad constante con una rigurosidad en el sistema, retroalimentación de la cartera de clientes, evaluación, formación y capacitación, innovación, automatización y tecnología en los procesos o diferentes sistemas, estandarización, cultura de mejora continua, planificación estratégica e implementación de un sistema de gestión de calidad (Jiménez Terrazas et al., 2014).

2.2.9 Metodologías para alcanzar la calidad

Existen diversas metodologías para evaluar, diagnosticar y alcanzar la calidad entre ellas se consideran; diagrama de Ishikawa y Lean Six Sigma.

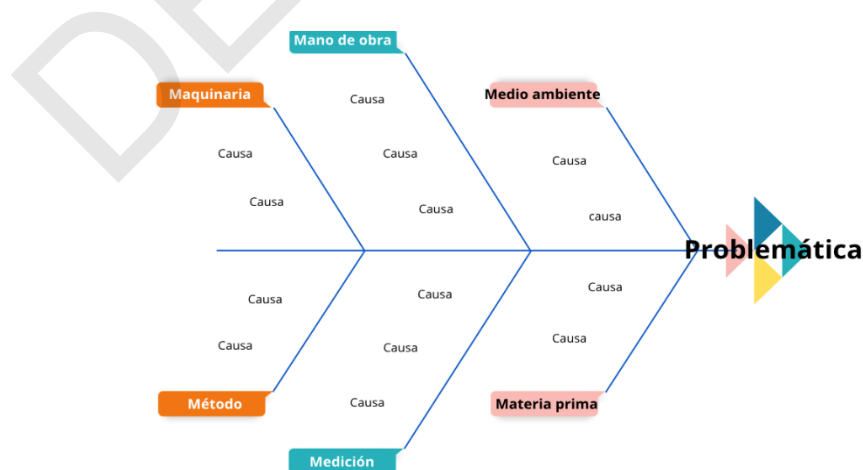
2.2.9.1 Diagrama de Ishikawa

El diagrama causa-efecto creado por Kauro Ishikawa en 1943 en Tokio, es una herramienta que permite analizar una gran cantidad de volumen para clasificar en problemas específicos y establecer las posibles causas principales de dicho problema para ello es importante

contestar dos interrogantes; ¿Existe la necesidad de identificar las principales causas del problema analizado?, ¿Se pueden generar opiniones o ideas de las causas del problema analizado? (Romero Bermúdez & Díaz Camacho, 2010).

Los elementos que forman al diagrama de causa-efecto son; el problema general, los problemas específicos clasificados por categorías que varían según el contexto, tema seleccionado o información analizada (las más primordiales son, materia prima, mano de obra, métodos de trabajo, maquinaria, medio ambiente), las causas secundarias que pertenecen a las categorías, líneas o flechas que conectan las causas secundarias a categorías principales, análisis y discusión el cual permite determinar el grado de relevancia de los problemas para diseñar una posible solución (Burgasí Delgado et al., 2021). Las ventajas del diagrama permiten visualizar los factores de un efecto observado y la relación de las posibles causas que se analizan de manera empírica, la desventaja que presenta el diagrama se basa en que las causas se establecen de manera hipotética el cual si se realiza sin expertos en el tema el problema no sería analizado con profundidad (León Rodríguez et al., 2021). A continuación, se observa la ilustración del diagrama de Ishikawa.

Ilustración 6 Diagrama de Ishikawa



Fuente: (Suarez, 2023)

2.2.9.2 Metodología de Lean Six Sigma

Lean Six sigma es la combinación de dos metodologías la Six sigma, la cual está diseñada en la mejora de la calidad, control estadístico de los procesos, gestión de la administración de la calidad total, esta se enfoca en los siguientes aspectos; resolución de problemas, reducción de defectos, por lo que enfatiza en los siguientes aspectos; satisfacción del cliente, proyectos de ejecución de mejoras, medición de los resultados desde la perspectiva financiera y operativa, talento humano capacitado, dicha metodología se compone de 5 elementos; definir, medir, analizar, mejorar y controlar (Montgomery & Woodall, 2008).

La segunda metodología es el Lean manufacturing diseñada para el incremento de la competitividad, aborda temas como la sobreproducción, subutilización del recursos humano, desperdicio de procesos, defectos, motivación del recurso humano, este sistema integra tecnología, capacitación y mejora en los procesos para eliminar defectos, desperdicios y actividades innecesarias para disminuir costos, tiempos en la operaciones de producción, los elementos a considerar en esta metodología son; cadena de suministro, ingeniería de producto, demanda y cartera de clientes, Lean sienta su base en cinco principios; definición del valor del producto, flujo de valor, fluidez del valor sin obstáculos, opinión del cliente, alcanzar la perfección (Tejeda, 2011).

La combinación de estos dos enfoques crea la metodología Lean Six Sigma, diseñada para la reducción de defectos, mejorar la calidad e incrementar la eficiencia en cada operación con una mejora constante, velocidad y calidad en los procesos, esta se centra en los elementos de; producción, tiempos, transportes, excesos de procedimientos, inventarios, movimientos, defectos, creatividad del talento humano (Felizzola Jiménez & Luna Amaya, 2014).

En concordancia con lo anterior, se ejecuta los siguientes pasos; definición de la situación de los procesos existentes para evaluarlos, medición de eficiencia de cada proceso, análisis de

cada actividad de los procesos y estadística para identificar las operaciones y generar valor añadido (mejora), control y supervisión de los resultados con el fin de mejora y cambio continuo (Ramírez Pérez et al., 2021). Las ventajas de Lean Six Sigma se basan en el desarrollo de cultura de mejora continua, toma de decisiones basado en los resultados, capacitación del talento humano, competitividad en el mercado, a su vez esta metodología se ha adaptado a los emprendimientos, pequeñas y medianas empresas con el fin de mejorar su desempeño operativo y obtención de solidez (Mantilla Celis & Sánchez Garcia, 2012).

Ilustración 7 Metodología de Lean Six Sigma



Fuente: (Proikos, 2023)

2.2.10 Producción y economía a escala

La producción a gran escala se define como elaboración de un producto idénticos en masa o grandes volúmenes, utilizando estandarización de tareas y procesos que permiten la reducción de costos con las características entre ellas; el alto volumen en la producción en ciertos periodos de tiempos, eficiencia en procesos, demanda de la economía de escala y control de calidad. Los modelos más conocidos de la producción en masa se encuentra la producción en lotes que tienen una cantidad específica a producir, la producción Justo a tiempo (JIT) el cual se basa en reducir inventarios y producir cuando se necesiten, producción en línea con un ensamblaje continuo, producción flexible que permite los cambios inmediatos para adaptar el producto final (Lins Ribeiro, 1987).

Los indicadores para medir la producción a escala en un tiempo implican desde las unidades producidas, capacidad y volumen de producción, valor de la producción, tasa de producción, utilización de capacidad, tiempos de ciclo, tasa de desperdicio, costo por unidad, métrica de Overall Equipment Effectiveness (OEE), producción por turnos, rendimiento a escala, a su vez los sistemas de producción más comunes pueden variar desde la producción artesanal que implica la elaboración de lote pequeños con énfasis en la calidad, producción a pedido, modelos de producción en masa, producción celular o estaciones, producción continua, producción descentralizada, producción globalizada y producción por proceso (FAO, 2023).

La economía a escala se define como la situación cuando una empresa incrementa la producción y reduce sus gastos como resultado un menor costo, con el aprovechamiento de materiales existentes, usos eficientes de la maquinaria, los tipos de economía a escala puede ser; interna la cual inicia en la empresa y externa el cual se desarrolla por el tamaño de la industria y factores externos, en consecuencia, para que una MIPYME pueda alcanzar una producción y economía a escala es necesario que considere elementos como la planificación estratégica, automatización de procesos, mejora continua, conocimiento especializado, innovación y tecnología (Fuentes et al., 2016).

2.2.11 Restricciones

La restricción se puede definir como un límite o una circunstancia que establece una condición que obstaculiza una acción para alcanzar metas o objetivos, en el caso de los emprendimientos y MIPYMES las restricciones pueden ser; restricciones operativas, financieras y políticas. A su vez, existe la metodología de la teoría de las restricciones que tiene el objetivo de identificar las restricciones con el fin de alcanzar el máximo rendimiento de un proceso o actividad (Villalaz & Quintero de Muñoz, 2021).

2.2.11.1 Restricciones operativas

Las restricciones operativas representan un limitante que afectan de manera directa a las operaciones, rentabilidad y crecimientos de los negocios las cuales pueden variar según el segmento o industria (Feldman, 2018). Las restricciones operativas para las empresas son (Rivera Acevedo, 2021); la limitación de recursos en torno a capital, personal y tecnología, falta de conocimiento técnico o experiencia que influye de manera directa a la eficiencia de procesos, falta de innovación por escasez de recursos.

Para los emprendimientos las restricciones operativas es el acceso a; financiamiento, conocimiento técnico, la competencia con empresas de producción masiva, debido a que afecta de manera directa en relación a la adquisición de materias primas, cartera de mercado o incursión en mercado masivo, los accesos a canales eficientes de distribución pueden limitar la capacidad de producción (Figueroa Salazar & Ramirez, 2021).

Referente a la restricción de conocimiento técnico en los emprendimientos de la cerveza artesanal, tiene como objetivo la búsqueda de capacitación de los diferentes procesos para elaborar la cerveza artesanal con un nivel alto de calidad los cuales se inclinan en la selección de materia prima de los ingredientes con diferentes variedades que afectan en el aroma, color, textura y sabor, siendo entre lo más importantes son; el lúpulo, levadura, malta. Diferentes procesos que requiere conocimiento técnico para implementar las diferentes recetas para lograr un sabor específico y conocimiento de la maquinaria, la formación de calidad es importante para realizar las pruebas y asegurar el estándar del sabor y regulaciones de alcohol, así mismo el conocimiento de pautas de seguridad es importante ya que los procesos y equipos pueden ser peligrosos (Kaderian, 2018).

Las restricciones operativas se pueden medir realizando análisis de eficiencia de procesos, indicando tiempos de ciclos, índices de capacidad, rendimiento de equipo, evaluación de rendimiento de mano de obra, rendimiento de calidad (Peretto, 2016).

2.2.11.2 Restricciones financieras

Las restricciones financieras imponen limitaciones significativas sobre los emprendimientos y MIPYMES. Estas limitaciones abarcan diversas áreas, como el acceso al crédito, la disponibilidad de recursos para inversiones, las relaciones con acreedores, la disponibilidad de garantías y respaldo de capitales, el nivel de incertidumbre y riesgo que enfrentan, las opciones de apalancamiento financiero disponibles y la gestión del flujo de caja. Estos desafíos financieros influyen en la operatividad y el crecimiento de los emprendimientos o PYMES (Rojas, 2017).

En el caso específico de las MIPYMES, el acceso a crédito se define como la capacidad de estas para obtener préstamos e apoyo financiero, esto es esencial para la sostenibilidad de las operaciones y como los emprendimientos enfrenta ciertas limitaciones y determinantes para obtener dicho financiamiento como ser el tamaño de la MIPYME, garantías, capacidad de pago, nivel académico, sólida planificación, estatus económico e historial de crédito, a su vez las fuentes de acceso a crédito son las instituciones financiera, crédito informal, microcréditos, préstamos gubernamentales, inversores, cooperativas (Barrera Lievano & Parra Ramírez, 2020).

Como señala Rojas (2017), el sistema financiero tiene funciones específicas para proporcionar acceso al financiamiento a nuevas empresas como ser; evaluación de la factibilidad, riesgos del proyecto, retorno de inversión, supervisión del comportamiento que se les proporciona financiamiento, recomendaciones para incrementar la liquidez, facilita el intercambio de bienes y servicios con el objetivo de impulsar la innovación y crecimiento, la irregularidad de información, escasez de estados financieros auditados en los proyectos o

emprendimientos, que limitan la aceptación de los créditos de la banca, así mismo las barreras que enfrentan para obtener financiamiento son; la informalidad del negocio, bajo retorno del préstamo, capacidad de pago en las cuotas, falta de interés del sector de la banca, costos de transacción, inexactitud de registro de activos y ejecución colateral.

Así pues, en los recursos para inversión, un análisis sistémico del historial financiero permite evaluar datos cualitativos y cuantitativos para determinar el recurso financiero necesario por lo que las etapas de; generación de idea, estudios de, informes de operaciones, análisis de pre factibilidad (información de las fuentes externas), factibilidad (información obtenida de fuentes primarias). A su vez, es importante definir la inversión requerida referente a la fuente de financiamiento (capital propio, financiamiento de la banca), estimación de los flujos de cajas, costos operativos, activos fijos, los elementos mencionados tienen una relación directa el sector y actividades, inversiones tangibles las cuales varían desde maquinarias, equipo, mobiliario, a su vez la obtención de materia prima que se puede obtener de proveedores o acreedores (Cevallos-Ponce, 2019).

Por ello, las garantías y capitales de respaldo calificadas con un grado de ponderación se han convertido en un recurso para obtener financiamiento, debido a que brindan seguridad a la fuente de crédito, esto restringe a negocios o emprendimientos rentables que no la poseen, entre las garantías están; activos personales, garantías colaterales (activos de la empresa, terceros), participación de acciones de la empresa o proyecto (Saavedra García & Bustamante Osorio, 2013).

Por otro lado, el análisis de riesgo para la obtención de financiamiento es un elemento relevante, los riesgos pueden variar desde los riesgos de liquidez, inmovilización de activos, riesgo de financiamiento y aspectos legales, riesgos tecnológicos, riesgo de obtención de materia prima, riesgo político, ambiental, fuerza mayor, económicos, para ello se consideran los

elementos en el estudio de riesgos en los emprendimientos o MIPYMES, la existencia de premisas, diagnóstico las limitaciones del proyecto, identificación de factores y condiciones de riesgo, proceso de intervención o toma de decisiones (Rodríguez Pérez et al., 2015).

En cuanto a las formas de apalancamiento para emprendimientos, estas inciden de forma positiva al desarrollo de nuevas empresas, pueden variar desde los préstamos bancarios, emisiones de bonos, financiamiento en los capitales de riesgos, fondos de incubadoras de negocios, inversiones ángeles o terceros, financiamientos colectivos, préstamos otorgados por instituciones gubernamentales o proyectos internacionales. Otro elemento fundamental es el flujo de caja ya que muestra la capacidad de generación de efectivo necesarios para cubrir los gastos de operación, responsabilidades financieras y desarrollar una planificación para un crecimiento efectivo (Téllez Bedoya, 2021).

En lo relativo a los controles contables que se exigen para el acceso a financiamiento, el control de ventas y flujos de cajas de las MIPYMES y emprendimientos, sirven como herramientas para mejorar la rentabilidad y liquidez que permiten consolidar la información financiera necesaria, el flujo de caja permite conocer de forma específica los movimientos de entrada y salida, las deficiencias del nivel de liquidez y nivel de endeudamiento a los acreedores o instituciones financieras (Castañeda Sayaberde, 2021).

Los controles de ventas permiten monitorear las ventas y mejorará los procesos con el objetivo de alcanzar la maximización de la rentabilidad e ingresos, para ello existen softwares con sistema Java, visual studio, mongoDB. A su vez, dichos sistemas proporcionan a los emprendimientos o MIPYMES información para establecer objetivos de ventas, plan de ventas, KPI de ventas, control de inventario (Arreaga Pérez & Jiménez Carpio, 2022).

2.2.11.3 Restricciones políticas

Las restricciones políticas para los emprendimientos y MIPYMES pueden enfrentar desafíos que dependen del país donde operen entre ellas están (Lopera et al., 2014):

- Las regulaciones laborales; estas establecen las condiciones de trabajo, beneficios de ley, tipos de contratos y salarios de acuerdo a la ley del país.
- Regulaciones políticas como los impuestos, normativa específica según la industria, permisos de operación, calidad y estándares requeridos.
- Regulaciones de entidades del Estado; ambiente y salubridad.
- Regulaciones de entidades financieras, normativas de competencias y comerciales.
- Modificación de la legislación; reformas fiscales, leyes y regulaciones de la industria.
- Estabilidad política.
- Regulaciones de precios.

2.2.11.4 Metodología para evaluar las restricciones

Una de las metodologías para evaluar la restricción es el Doctor Eliyahu Goldratte desarrolló la teoría de las restricciones (TOC), en una empresa del sector de avicultura en 1984. Esta teoría se define como proceso que tiene como objetivo la identificación de limitaciones o restricciones con el fin de eliminarlas para que el sistema pueda alcanzar su óptimo rendimiento basando su idea fundamental que en cada sistema existe una restricción, por lo que cada limitación afecta el sistema para alcanzar su máximo rendimiento, dicha restricción o limitación permite determinar el rendimiento real de todo el proceso e identificarlas accede a encontrar una solución viable (Goldratt, 1994).

Por otro lado, las TOC como la serie de procesos de pensamientos lógicos orientados a la causa y efecto con base a que los sistemas o procesos trabajan hasta el límite de su capacidad máxima y tienen restricciones o cuellos de botellas, estas requieren dilucidar u orientar los

recursos a los principales factores, para ellos es necesario la identificación de las restricciones, exploración de estas, correlación con la decisión anterior, superación de las restricciones, revisión si se ha roto una restricción y si se ha roto es necesario regresar al primer paso (Zambrano-Silva, et al., 2021).

Los pasos para la TOC se detallan a continuación (González & Escobar, 2008):

1. Identificación de la restricción (cuello de botella); se determina la restricción o limitante de la capacidad óptima del sistema.
2. Decisión para el aprovechamiento de la restricción; este paso consiste en asegurar que la restricción tenga un funcionamiento a su máxima capacidad, una correcta toma de decisión permite optimizar y aprovechar el óptimo recurso o limitante.
3. La subordinación de cualquier otro elemento a la decisión anterior, los procesos se ordenan y se sincronizan las actividades distintas para impulsar las operaciones de forma efectiva de la restricción, se analiza y se recomienda no sobrecargar la restricción.
4. Elevar la restricción del sistema; al explotar la restricción se analiza si es necesaria aumentar capacidad o eliminarla por lo que puede implicar invertir en innovación o reestructuración de los procesos. El último paso es la repetición del proceso para identificar nuevas restricciones y aplicar los cuatro pasos anteriores.

Los indicadores claves utilizados TOC son el flujo de producción (Throughput); el cual es la tasa de generación de ganancias en las ventas de la empresa. El inventario este es la cantidad de recursos en el sistema (materiales y procesos), se recomienda no tener inventario en exceso para evitar el incremento de costos, los gastos de operación relacionado a los gastos que genera el flujo de operación, los indicadores presentan un panorama para la toma de decisiones para lograr los objetivos y abordar otros aspectos como los tiempos de ciclo, capacidad de expansión en producción, número de pedidos atrasados (Goldratt & Cox, 2004).

Una parte fundamental de las TOC es la metodología de tambor-amortiguador y cuerda que centra en la gestión de la producción y operaciones que se realizan en un sistema con el fin de ordenar los procesos y objetivos, de esta forma orientado al ritmo de producción según la restricción (tambor) y mantener el inventario necesario, el amortiguador clasifica las restricciones por tiempos y así evitar complicaciones de diferentes segmentos del sistema para que la restricción pueda trabajar de forma eficiente, la cuerda es las directrices de la restricción hacia el sistema para garantizar que los procesos trabajen según el ritmo del cuello de botella (Atehortua Carvajal & Patiño Gutiérrez, 2014).

Las ventajas más destacadas de las TOC son; el enfoque de las ganancias, incremento del rendimiento general, simplicidad en las complicaciones y el objetivo de la empresa, mejora continua, sincronización y planificaciones de los procesos, reducción de costos, manejo más eficaz de los inventarios, compatibilidad a cualquier tipo de empresa, entre sus desventajas están la simplicidad excesiva en problemas con mayor grado de complejidad, limitación en los costos puede restringir la calidad e innovación, generación de dependencia a las restricciones identificadas, para la implementación de las TOC es necesario la cooperación de toda la organización (Morales Londoño, 2016).

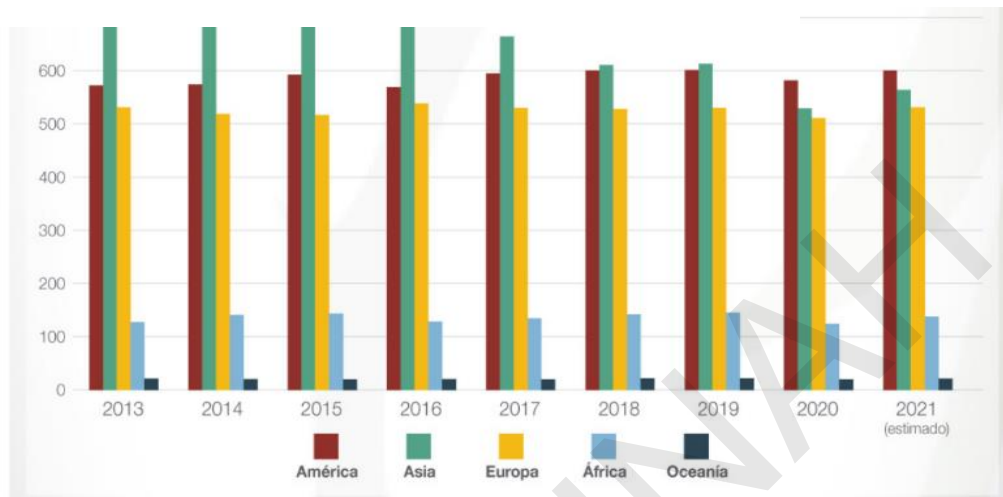
2.2.12 Mercado Internacional de la cerveza

2.2.12.1 Mercado Internacional de la cerveza industrial

La producción de cerveza se remonta al periodo neolítico, a nivel global en el año 2022 fue de 1890 millones de hectolitros siendo los países líderes en producción de cerveza China, Estados Unidos y Brasil con las marcas, la cervecera más grande a nivel mundial es Anheuser-Busch InBev (AB InBev), la cual comercializa 200 marcas con las marcas Budweiser, Corona y Stella Artois en el 2021 produjo 582 millones de hectolitros generando 54 mil millones de

dólares, en segundo lugar, está Heineken seguido de China con la marca Snow Breweries (Statista, 2023).

Ilustración 8 Producción de cerveza por continente en hectolitros



Fuente: (Cebada Cervecera, 2023).

En el año 2021 el continente americano, fue el mayor productor de cerveza a nivel global con 600,4 millones de hectolitros, Asia con 564,2 millones seguido de Europa con 530,8 millones. Los elementos más importantes en la industria de la cerveza son; marcas y variedades de cerveza industrial, las marcas con más valor en el mercado están; Bud Light, Budweiser Estados Unidos, Heineken Países Bajos, Brahma Brasil, Harbin China, Corona Extra-México, Skol-Brasil, Kirin-Japón, Coors Light-Estados Unidos, Guinness-Irlanda, Snow-China, Asahi-Japón, Tecate-México, Miller Lite-Estados Unidos, Stella Artois-Bélgica, Busch-Estados Unidos, Águila-Colombia, Carlsberg-Dinamarca, New Chang-Tailandia. (Brand Finance, 2018)

La industria de la cerveza, concentra su distribución a través de una cadena logística las que incluyen supermercados, franquicias, bares, tiendas minoristas con el fin de asegurar que la cerveza llegue al consumidor final, dicho sector tiene una inversión significativa en el mercadeo y publicidad para promocionar sus marcas de venta masiva orientando sus productos a las tendencias del mercado (cervezas sin calorías, cervezas premium, variedad de sabores), la

Nota: Dicha medición permite identificar sabores y aromas de las cervezas según estándares de American Society of Brewing, European Brewing Convention (EBC) y la Chemists (ASBC).

Ilustración 10 Marcas de cervezas reconocidas



Fuente: (Vivus, 2022).

2.2.12.2 Mercado internacional de Cerveza artesanal

El mercado de la cerveza artesanal tiene un crecimiento continuo y significativo, dicha cerveza compite con la cerveza industrial y nuevas tendencias como las bebidas denominadas espirituosas, el sector cervecero artesanal se identifica por ofrecer un nuevo tipo de sabor, sin embargo con costos más elevados que la cerveza producida en masa. Según Statista (2023), en el año 2020 la producción de cerveza artesanal fue de 24.8 millones de barriles este tipo de cerveza se distribuye en negocios locales, bares, negocios informales, la marca con mayor reconocimiento en este sector es la New Belgium distribuida en Estados Unidos, en dicho país se produce más de 8,000 tipos de cerveza artesanal (Statista, 2023).

Los primeros países que produjeron cerveza artesanal y tienen un crecimiento constante son; Alemania, Irlanda, Canadá, Bélgica, Australia, Holanda, México, Dinamarca, Reino Unido y en las últimas décadas los países como Argentina, Chile, España, Italia, Noruega, China, Brasil, en Reino Unido se creó la Sociedad de Cerveceros Independientes (SIBA) y en España las cerveceras

artesanales ha representado una oportunidad para luchar contra la crisis económica, dicho producto se distribuye en tiendas especializadas, supermercados existiendo en ese país más de 300 cerveceros artesanales (Albán-Cabaco et al., 2015).

En el Reino Unido el número de cerveceros artesanal representan 1,902 negocios, las categorías con mayor comercialización de este sector es la India Pale Ale (IPA), Lager con marcas como ser; la BrewDog's con una venta de 1.24 hectolitros (Statista, 2023). Los atributos de la cerveza artesanal varían desde la consistencia de la espuma, color, aroma, calidad, sabor, desde sus factores más importantes para consumir la cerveza artesanal son; recomendación, presentación, calidad, recompra, tipo de cerveza, esto clasifica a dos tipos de consumidores de cerveza los Stout (experimentados), Lager (consumidores con preferencia a este tipo de cerveza) (Robin et al., 2017).

Por otro lado, en Latinoamérica la cerveza artesanal se encuentra en crecimiento constante figurando en festivales cerveceros, en países como Colombia, donde el crecimiento representa el 30% y estos productos se exportan a España, Ecuador, Panamá, Estados Unidos, República Dominicana, Curacao, Perú (Barrera León, 2021).

2.2.13 Casos de éxito de emprendimiento cervecero en Latinoamérica

- **Cerveza artesanal en el Ecuador**

El mercado de la cerveza artesanal es un mercado creciente en Ecuador, ejemplo es la cervecería tres Monjes es una micro empresa que inició operaciones en el 2012 y elaborando una cerveza artesanal con un grado de alcohol de 7.7%, su producción anual en el 2016 fue de 30 mil litros con un crecimiento entre el 2014 al 2016 de un mil por ciento, un mayor productor de cerveceros artesanales son los Páramo Brauhaus con una producción de 120,000 litros anuales de cerveza, seguido de los Bandido Brewing con 76,000 litros anuales, sin embargo las principales restricciones que enfrentan estos tipos de negocios son los impuesto de importación en la materia

prima y el impuesto al consumo especial, tarifa designada por litro el cual no diferencia la cerveza industrial y artesanal (Jamarillo, 2016).

- Cerveza artesanal en México

A esto, el panorama en México en el sector cervecero artesanal es positivo ya que el sector ha mejorado la calidad, diversidad de productos, ingredientes orgánicos, naturales e implementación de innovación, así como la promoción personalizada a su mercado meta, participando en ferias, exposiciones (Del Río Mongues et al., 2019). Uno de los estados de México con mayor crecimiento en este sector es Nuevo León, el cual dicho sector produce más de 6,373 empleos un total de 128 establecimientos que comercializan y producen este tipo de bebida entre los cerveceros más exitosos son; cerveceo la Bufa, cervecero Cucupá, Baja Brewing, cervecería los Hidalgos, Calavera, cervecero minerva (Martínez Silva, 2021).

- Cerveza artesanal en Argentina

En el caso de los emprendimientos cerveceros de Argentina se consolidaron en dos asociaciones los cuales son; Asociación Civil somos cerveceros (2008), con un total de 1100 asociados y la asociación de cerveceros artesanal de Bariloche y zona Andina (2016), con 10 cervecerías artesanales de la zona Bariloche los cuales tienen vínculos con los proveedores como ser; Hace Cerveza (venta de equipo e insumo), Bariloche Beer (capacitación, insumo y equipo), Maltear (materia de prima de malta), lúpulos patagónicos (proveedor de lúpulo), con una producción anual de 173,000 litros al año distribuidos en bares y restaurantes, uno de los mayores productores son; Blest, Bachmann, la cruz, Berlina, Manush, Diuka, del viejito, Konna, la intemperie, cordillerana, monjes, Baruk, Lowther, Wesley (Winkelman et al., 2019).

- Cerveza artesanal en Colombia

La empresa Beer Company, es una de las empresas cervecera artesanal más exitosas en Colombia con una producción de 200,000 litros anual, la cual vende su cerveza en barriles para distribución en bares, restaurante y botella de 330 ml para distribución a domicilio, gasolineras y supermercado, seguido de otro emprendimiento exitoso como es el Bruder este produce una cerveza exclusiva de la clasificación; cerveza rubia, morena y negra con una malta tostada, un cervecero artesanal peculiar es la Casa de la Cerveza que produce su producto expuesto a sus clientes con cerveza a seis grados de alcohol, en dicho país los emprendimientos cerveceros producen 1000 a 100,000 litros al mes (Sánchez Ramírez & Fandiño Angulo, 2010).

- Cerveza artesanal en Panamá

En el contexto de la producción de cervezas artesanales en Panamá, se destaca su posición líder a nivel de Centroamérica. Este liderazgo se refleja en participación per cápita, con un consumo promedio de 78 litros de cerveza por habitante. Además, el país tiene una comunidad de 31 cerveceros artesanales, quienes elaboran 280 tipos de cerveza, con una producción total de 387,749.72 litros de cerveza entre las marcas más reconocidas están la Casa Bruja Brewery & Taproom, el Perico Mañoso Brewing Co., Cervecería Tres Gatos (Zea, 2023).

- Cerveza artesanal en Guatemala

En Guatemala el mercado de cerveza artesanal es liderado por 8 marcas dispersas por el país, las cuales se ha desarrollado en la última década en el año 2016, como es el Príncipe gris distinguido por el etiquetado a mano y elaborar cerveza de calidad, la antigua cerveza se caracteriza por ser la primera cerveza artesanal en este país dicho producto se vende en vidrio y enlatado, la Cervecería Artesanal Ixbalanque inició operaciones en el 2019, y distribuye su producto en 15 restaurantes tipo gourmet, las otras marcas que participan en el mercado son San

Roque, Sapiens, Pantera, cervecería catorce, el zapote, en la actualidad se estima que se produce un poco más de 800 litros de cerveza artesanal al mes (Editorial Veraz, 2022).

2.3 MARCO CONTEXTUAL

2.3.1 Mercado de cerveza en Honduras

2.3.1.1 Mercado local de la cerveza industrial en Honduras

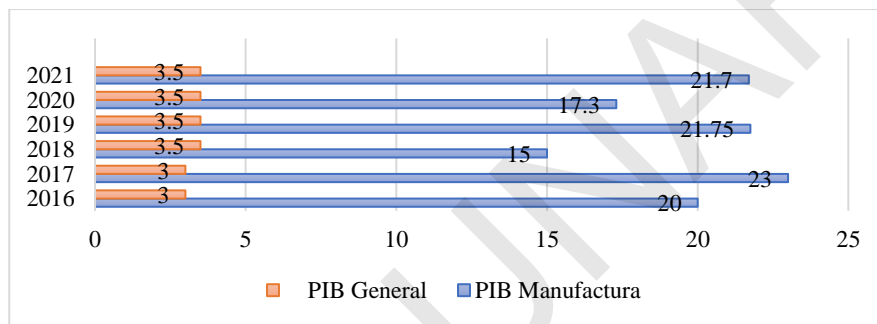
En Honduras, el mercado de la cerveza industrial en el año 2021 exportó \$3,57 millones a los países de el Salvador, Estados Unidos, países Bajos, España, Islas Caimán esto los sitúa en el exportador número 77 en el mundo, en cuanto a la importación fue de \$ 87, 8 millones (OEC, 2021).

Las cervezas de producción industrial disponibles en el mercado hondureño, abarcan tanto las de origen nacional, como Salvavida, Barena e Imperial, así como las de importación, entre las que se encuentran reconocidas marcas como Corona, Michelob Ultra, Modelo, Miller, Gallo, Ice y Heineken, entre otras, la única empresa que produce la cerveza nacional industrial es la Cervecería Hondureña con más de 100 años en el mercado, el cual es líder en el mercado de la producción y comercialización de cerveza industrial, en el año 2016 fue comprada por la empresa trasnacional AB-inbev (Cervecería Hondureña, 2020).

Este sector de la cerveza aporta al PIB de Honduras un 3.5% y un 27% al sector manufacturero, en el año 2022, se documentaron 58,887 establecimientos de venta locales, de los cuales 22,130 se dedican a la comercialización de cerveza. Los negocios locales dedicados a la comercialización de cerveza constituyen un 38% del conjunto total de negocios. Asimismo, dentro del contexto nacional, los emprendimientos tradicionales que comercializan cerveza no solo distribuyen cervezas de origen nacional e internacional, sino también ofrecen una variedad de productos, incluyendo artículos de abarrotería y otros productos manufacturados (Acosta-Tzin & Acevedo, 2023).

En la ilustración No. 11 con los datos obtenidos de informe de sostenibilidad de la Cervecería Hondureña se observa el crecimiento de la industria cervecera de los 2016, 2017, 2018, 2019, 2021 creció en relación al impacto de dicha industria en el producto interno bruto de 3% a 3.5%, como industria la significancia de dicho sector refleja crecimiento como resultado el año 2021 con una participación del 21.78% en la industria de manufactura con excepción del año (Cervecería Hondureña, 2022).

Ilustración 11 Participación Sector Cervecerero en la Industria Manufacturera y PIB en Honduras



Fuente: Elaboración propia elaborada de la base de datos del Banco Central de Honduras 2016-2021.

A continuación, en la figura 12, algunas de las marcas de cerveza industrial comercializada en Honduras y procesos de producción por la cervecería hondureña entre las cuales son; Barena, Salvavida, Imperial, Ultra, Corona, Modelo).

Ilustración 12 Cerveza industrial en Honduras



Fuente: (Cervecería Hondureña, 2020).

2.3.1.2 Sector de la cerveza artesanal Honduras

En Honduras, la industria de la cerveza artesanal está experimentando un continuo y sólido crecimiento, extendiéndose a las diferentes regiones del país. Destacan en este panorama dos negocios prominentes en la producción de cerveza artesanal; la Cervecería 0826, que tiene su sede en el municipio de Valle de Ángeles. Esta cervecería se distingue por su amplia variedad de cervezas, entre las que se incluyen marcas como la rosa, clarita, la mestiza, la morena, la coqueta y la primavera. Estas cervezas son comercializadas de manera exclusiva a través de su restaurante y bar (Espinal, 2023).

La cervecería LA20, establecida en la zona norte de Honduras, específicamente en la ciudad de San Pedro Sula, se destaca por su diversidad de cervezas. Entre estas creaciones notables se encuentran; la metiche, la flaca, la morenaza, los aleros, el chele, la jefa. Estas cervezas son representativas de los estilos Ale y Pale Ale, y se caracterizan por una amalgama de sabores, que incluyen de maracuyá, tamarindo, frutos rojos, coco piña, manzana verde y jamaica (Ferrufino, 2019).

El ámbito de la cerveza artesanal en esta región se concentra principalmente en establecimientos como bares y restaurantes, donde se ofrece de manera exclusiva. Sin embargo, estos negocios enfrentan diversos desafíos, como la corrupción, la volatilidad política, la inflación, la delincuencia y la ineficacia gubernamental. Entre los obstáculos que se presentan, destaca una competencia directa con la industria cervecera a gran escala. Esta cerveza industrial, ampliamente reconocida y tiene una aceptación en el mercado tanto con las cervezas nacionales como las cervezas de importación (Valenzuela, 2013).

2.3.2 Producción de Cerveza Artesanal

La producción de cerveza artesanal, con los estándares requeridos, varía en función de varios factores, entre los que se incluyen la materia prima, los procesos, los tipos de cerveza

artesanal, el equipamiento y la tecnología empleados en su fabricación. Además, la eficacia tanto en la comercialización como en la producción está intrínsecamente ligada a la logística y a diversas restricciones operativas que puedan existir. Para comprender el proceso de producción de cerveza artesanal a continuación se aborda cada una de las etapas.

2.3.2.1 Materia prima de la cerveza artesanal

Los sistema de proveedores y acreedores juegan un papel fundamental, los proveedores para la gestión del acceso a la materia prima, equipo y servicios que permiten la continua producción, en el caso de los proveedores del sector se encuentra los que proporcionan la materia prima básica, servicio logístico, servicio de diseño, consultoría, mantenimientos de equipo y tecnología, en el caso de los acreedores se encuentra los que proporcionan financiamiento o línea de crédito para obtener materia prima o suministro, equipo o tecnología (Muñoz Claro, 2017).

La materia prima básica para la elaboración de cerveza artesanal es la cebada, levadura, lúpulo, agua, granos de frutos, azúcar dichos insumos sufren un proceso de transformación para el producto terminado (Quispe Orejón & Quintanilla Alarcón, 2018). En el caso del entorno nacional, Honduras no es productor de los insumos necesarios para la producción de cerveza artesanal. Los elementos de la materia prima más complejo para dicha producción son; extracto de lúpulo, cebada, levadura los mayores comercializadores de materia prima se detallan en el cuadro No. 4

Cuadro 4 Comercializadores de materia prima de cerveza

Tipo	Descripción	Países que exportan	Referencia
Lúpulo	El extracto de lúpulo representa el 0.0021% del comercio mundial creciendo un 17.5% en el año 2020-2021	Alemania (40%), Estados Unidos (39%), Reino Unido (10%), Bélgica (2%) y Francia (1.5%)	(OEC, 2021)

	esto representa \$ 434 millones, con un arancel promedio de 6.22%		
Cebada	Con una producción global de 142 millones de toneladas	Australia con 8 M, Europa con 6 M, Rusia 5.3 M, Canadá 3 M, Argentina 2.1	(Cebada Cervecera, 2023)
Levadura	En el caso de la levadura para cerveza con comercio mundial de \$ 2.87 M y un crecimiento de 1.70%	China, Turquía, Bélgica, Francia, Canadá, Brasil, Estados Unidos.	(ITC, 2023)

Fuente: Elaboración propia

Una de las empresas que comercializan y distribuyen lúpulo es Kintana de Álava en Estados Unidos, con una capacidad de producción de 6000 kg, el cual se vende en 50 a 100 gramos y en kilos a los cerveceros artesanales, cada 100 gramo oscila en L. 158.81 el cual dependerá del tipo de lúpulo y el alfa-ácidos, beta-ácidos, años de cosecha (Lúpulo de Kintana, 2023). En el caso de la levadura el precio por cada 100 gramos tiene un valor de L. 679.38, la cebada tiene un valor de L. 780 por cada 100 gramos, los 100 kg de malta base L. 636.29, clarificantes tiene un costo de 269.91 por cada 100 gramos (Vásquez Ordóñez & Argueta Gómez, 2016).

2.3.2.2 Procesos de producción de la cerveza artesanal y tipos de cerveza

El proceso para producir la cerveza artesanal contiene encebada (60%-65% almidón), nivel de agua está entre 85%-92%, levadura, lúpulo, los procesos son los siguientes (Jara et al., 2007; Garduño-García et al., 2014):

- Molienda en el cual se trituran los granos de malta con agua y almidón, siguiendo del macerado el cual es una mezcla de los granos con H₂O hirviendo a 65 -75 grados Celsius,

- La cocción el cual procesa el mosto obtenido del macerado para agregar el lúpulo que otorga aroma y sabor.
- Proceso de enfriado a 20 grados Celsius convirtiéndose en concentrado de levadura para lograr el proceso de fermentación (azúcar y CO₂).
- Proceso es la maduración en donde se deja descansar los sedimentos para que la cerveza obtenga su color final.
- Proceso del envasado el cual se añade el carbonatado (azúcar caramelizada), esto da paso a la segunda fermentación y producción del CO₂ en las botellas coronadas, este proceso se tarda cinco días.

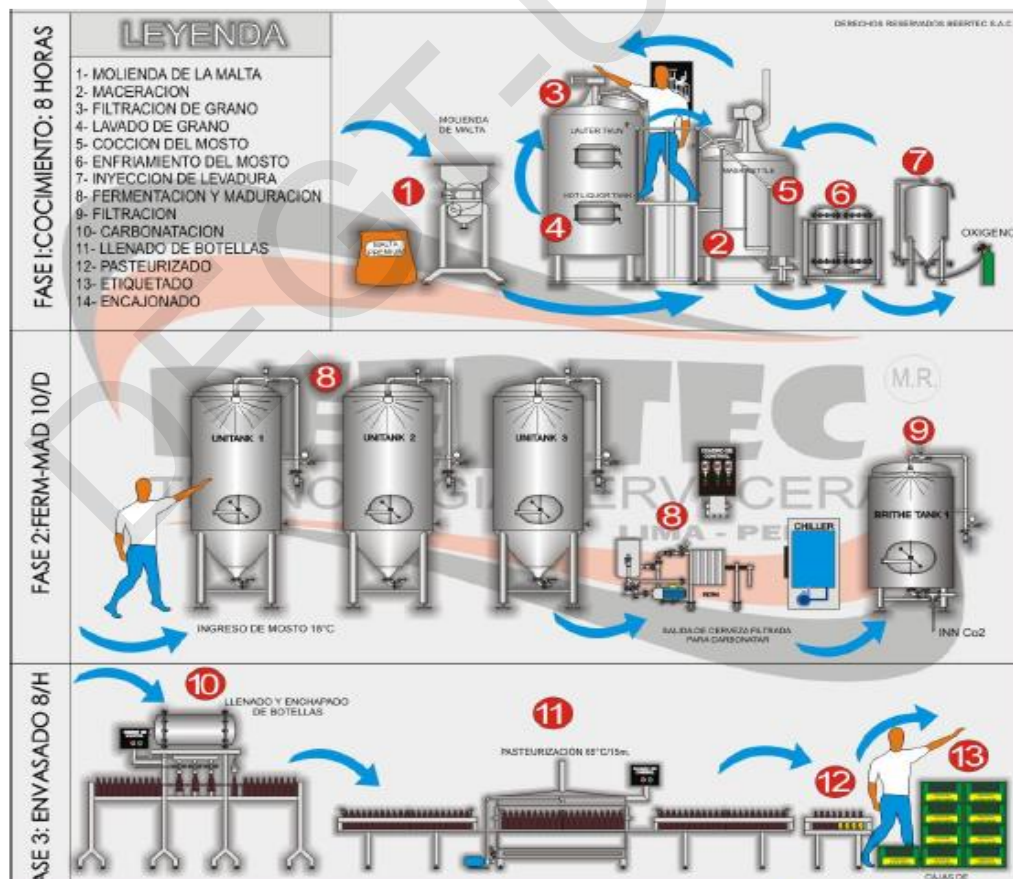
Los tipos de fermentación pueden variar en función a la fermentación. El estilo Ale se caracteriza por una fermentación alta, que ocurre en un rango de temperatura que oscila entre los 15°C y los 20°C. Durante este proceso, la espuma se forma en la parte superior del líquido, y el tiempo requerido para esta fermentación es de aproximadamente 3 semanas. Por otro lado, el estilo Lager se distingue por su fermentación baja, que tiene lugar a temperaturas más frescas, comprendidas entre los 10°C y los 18°C. Durante este proceso, se generan compuestos de azufre que contribuyen a las características distintivas de este tipo de cerveza. Estas variaciones en los procesos de fermentación son fundamentales para lograr las cualidades específicas que definen a cada tipo de cerveza artesanal (Jara et al., 2007).

La cerveza artesanal se puede clasificar; tipo de cerveza según la fermentación como; Ale con subclasificaciones; Ipa, Pale Ale, Sout, Porter, la fermentación Lager con subclasificaciones; Pilsen, Marzen, Bock. A su vez, el tipo especial Lambic con la variedad de Steinbier, Steam beer, Rauchbier, y la clasificación por color como ser; roja, negra, rubia (Sánchez Ramírez & Fandiño Angulo, Cerveza artesanal en Colombia segmentación del mercado, 2010).

2.3.2.3 Equipo y tecnología para la producción de la cerveza artesanal

El equipo básico para la producción de cerveza artesanal es el molino, macerador de falso fondo y laterización para la extracción de las azúcares que se fermentaron en la malta, este separa el bagazo siendo necesario una bomba auxiliar, la olla de cocción para el proceso de ebullición, el enfriador de placa la que reduce la temperatura del mosto, otro equipo es los tanques de fermentación , tanques de reposo, embotelladora que realiza el proceso de succión al vacío, tanque para envasar, la chapadora, alcoholímetro, balanza, analizador de humedad, balanza analítica, aparato Kjeldahl, cocina industrial, equipo de destilación, espectrofotómetro, Refractómetro, tanque de CO2, medidor analógico de CO2 (Ilvis Pilla, 2020). A continuación, se observa en la ilustración No. 13 el uso del equipo para la fabricación de cerveza:

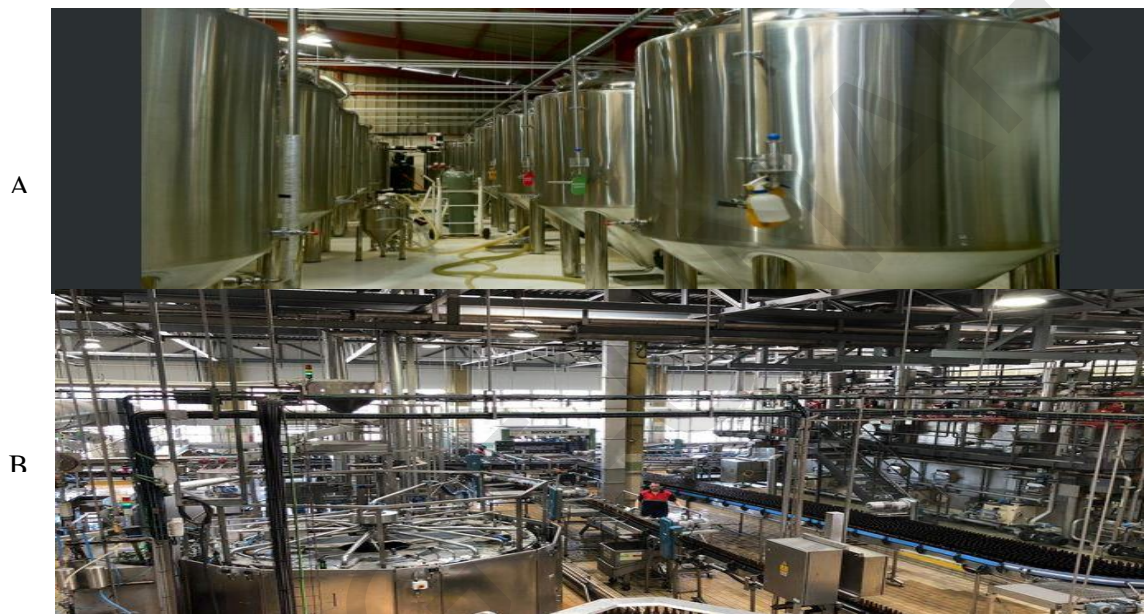
Ilustración 13 Equipo para producir cerveza artesanal



Fuente: (DMCA, 2023)

Cabe resaltar, que los cerveceros artesanales no cuentan con la tecnología en comparación con la industria cervecera por lo que los cuidados para la producción son más minuciosos, esto incrementa la calidad. A continuación, se observa en la ilustración No. 14 una planta de una empresa cervecera industrial en Málaga (A) y una planta de cervecería artesanal El Cadejo en el Salvador (B).

Ilustración 14 Planta de empresa cervecera industrial



Fuente: (La Farola, 2022; Saavedra, 2023)

A continuación se diferencia entre la cerveza artesanal y la industrial que se detalla en el siguiente cuadro.

Cuadro 5 Diferencia entre la cerveza industrial y artesanal

Cerveza industrial	Cerveza artesanal
<ul style="list-style-type: none"> Utiliza ingredientes estandarizados y aditivos para producir de forma masiva Se produce con maquinaria industrial 	<ul style="list-style-type: none"> Utiliza ingredientes frescos y crear sabores únicos

- Se distribuye de forma masiva con diversos canales
- El precio es menor por la producción a escala
- Su presentación es estándar
- Se produce con maquinaria con capacidad para lotes pequeños con enfoque en la calidad
- Se distribuye en el punto donde se fabrica o en un mercado local
- Debido a la compra en menor escala de la materia prima el precio es mayor
- Su presentación es creativa

Fuente: Elaboración propia

La tecnología básica necesaria para la producción de cerveza artesanal es:

Cuadro 6 Tecnología básica para la elaboración de cerveza artesanal

Sistema	Descripción
Sistema de control de temperatura	El cual es necesario en los procesos de maceración y fermentación, este puede utilizar termostato en cada etapa.
Sistema de filtrado para obtener la claridad	Es parte del enfriador de placa este puede ser reemplazado con un sistema de centrifugación
Sistema de envase	Puede vaciar desde los tanques para envasar o embotelladoras automáticas
Software de control	Es necesario para los controles de calidad o administrativos.

Fuente: (Apaza Machaca & Antecio Rojas, 2017)

Cabe destacar que los principales exportadores de maquinaria de cervecería son; Alemania, China, Bélgica, Italia y Estados Unidos (OEC, 2023).

2.3.2.4 Logística y distribución de la cerveza artesanal

Las cerveceras artesanales utilizan dos canales de forma tradicional como es el Bar y restaurante cervecero, el cual suelen ser los mismos productores y comercializadores, dentro de

este modelo de negocios algunos ofrecen el brewpub o taprooms, el cual consiste en observar la producción o autoservicio utilizando dispensadores, áreas de degustación o comprar cerveza embotellada, y un complemento con comida tradicional de la zona, otro canal de distribución opcional es comercializar a través de supermercados, y entrega a domicilio, así mismo, el almacenamiento es en el mismo local de producción (Ramírez & Villanueva, 2019).

Al mismo tiempo, una estrategia de comercialización del sector cervecero radica en la participación en eventos y festivales, esta iniciativa provee una plataforma propicia para la exposición de diversos tipos de cerveza, establecimiento de vínculos con potenciales proveedores, acreedores o socios. Adicionalmente, se obtiene valiosa retroalimentación directa por parte de los consumidores, lo que contribuye a la mejora continua de la calidad del producto (Rodrigo Solís et al., 2017).

Paralelamente, la presencia digital mediante plataformas en línea y redes sociales se establece como un medio eficaz para la divulgación anticipada de futuros eventos, la comunicación sobre lanzamientos de ediciones especiales y la diseminación de novedades de relevancia del negocio (Ávila & Jaramillo, 2023). A continuación, se ilustra los canales en el cual se distribuye cerveza artesanal:

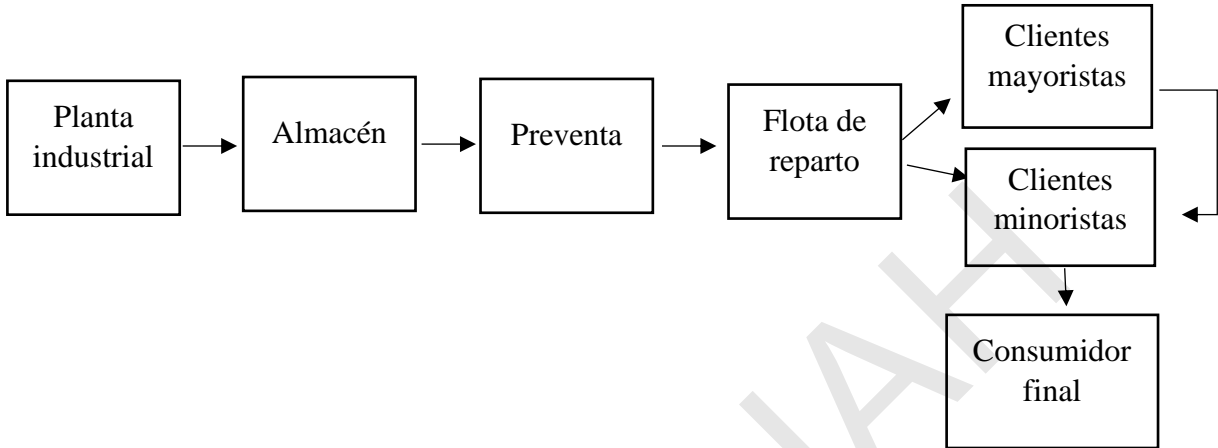
Ilustración 15 Canales de distribución cerveza artesanal



Fuente: (Freepik Company S.L, 2023; Soto, 2023; Potosi, 2018)

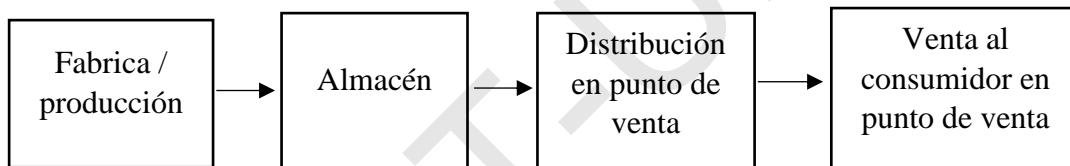
A continuación, se observa en la ilustración 16 y la ilustración 17, se observan los diagramas del canal de la escala industrial y escala artesanal:

Ilustración 16 Diagrama de canal de cerveza industrial



Fuente: Construcción propia

Ilustración 17 Diagrama de canal de cerveza artesanal



Fuente: Construcción propia

Las MIPYMES, tiene una relación directa de los sistemas de producción y la distribución, las cuales tiene una respuesta a diversas variantes y que pueden modificar su forma de administrar, tanto de la estructura organizacional como los factores exteriores, en los aspectos de tiempos de entrega, falta de inventario, financiamiento para producción por lo que la forma de operar más común es un sistema de producción y logística flexible, con el fin de producir lotes pequeño que implica un control de los canales de distribución mejor diseñados, así mismo estos procesos de logísticas están vinculados con la entrada de información y la eficiencia de la maquinaria instalada (Montejano García y otros, 2021).

2.3.3 Restricciones políticas para el sector de la cerveza artesanal Honduras

En Honduras la producción de bebidas alcohólicas está regulada por el decreto no. 20 el 26 de septiembre del año 1956 de nombre Ley de Alcohol y Licores Nacional, la cual regula de forma básica en producción, comercialización y ventas, debido a que no ha evolucionado con el mercado. En la Alcaldía municipal del distrito central AMDC (2023), en el sistema agente recaudador de impuesto (ARI), solo se encuentra un registro de una empresa cervecera artesanal de nombre Honduras Brewing Company, la cual cerró operaciones en el año 2021.

Los requisitos para registrar una cervecería artesanal en Honduras en la Administración Municipal del distrito central en Honduras (AMDC, 2023). Son:

- Compatibilidad aprobada por la Gerencia de Control de la Construcción o Centro Histórico.
- Formulario de declaración Informe de Carga y Seguridad (ICS).
- Fotocopia de la Solvencia municipal vigente del propietario o representante legal.
- Fotocopia del RTN si es una sociedad.
- Fotocopia del documento nacional de identificación /pasaporte/carné de residente del propietario o representante legal.
- Estado de cuenta bienes inmuebles al día/solvente donde operará el negocio
- Copia de la escritura pública de la constitución de sociedad/comerciante individual/contrato societario debidamente inscrita en registro mercantil y Cámara de Comercio respectiva.
- Carta poder autenticada original y copia.
- Autorización en hoja membretada de la empresa en caso de ser empleado con deducción del impuesto personal por planilla.

- Fotocopia de identidad y solvencia municipal de la persona autorizada para el trámite con la carta poder o autorización.

Existen 2 requerimientos para comercializar cerveza, el cual es la apertura la actividad de distribución y venta de bebidas alcohólicas, el permiso de carga y descarga emitido por la Gerencia de Movilidad Urbana. En cuanto los permisos necesarios se encuentran:

- Permiso de operación vigente el cual es respaldado por la licencia sanitaria, extendida por la Agencia de Regulación Sanitaria (ARSA).
- Licencia Ambiental extendida por la Secretaría de Recursos Naturales y Ambiente (SERNA).
- La Certificación extendida por el Cuerpo de Bomberos de Honduras por medio de inspecciones previas a otorgar la certificación que a la vez respalda el cumplimiento de las medidas de seguridad.

Cabe destacar que se restringe la venta para consumo en el lugar a 100 metros como mínimo de distancia de centros educativos, hospitalarios e iglesias.

Referente a los impuestos municipales que este tipo de negocios son los siguientes;

- Impuesto de la Industria Comercio y Servicio; siendo este el gravamen que recae sobre los ingresos generados por las actividades de producción venta y servicios,
- Impuesto de bienes inmuebles; el cual al gravar el patrimonio inmobiliario donde reside el negocio.
- Impuesto personal; este es el gravamen que pagan las personas naturales, al constituirse el negocio, el patrono cumple la obligación de retener dicho impuesto, en nombre de sus colaboradores.

A su vez no existe un límite de producción de bebidas alcohólicas.

En cuanto a las regulaciones del Instituto Hondureño para la Prevención del Alcoholismo, Drogadicción y Farmacodependencia IHADFA según el decreto Legislativo número 136-89, dicho organismo regula y emite certificaciones a los productores de cerveza, tabaco o fármacos por el cual uno de ellos es el etiquetado que debe de ser claro y preciso sobre su contenido, origen, fecha de producción y vencimiento, grado de alcohol (IHADFA, 2023).

En el Servicio de Administración de Rentas SAR, no posee registro de comercializadoras de cerveza arsenal en Honduras de acuerdo al clasificador nacional de actividades económicas de Honduras CIU-4, el cual es sección C, división 11, grupo 110, clase 11030, de nombre fabricación de cerveza cruda o artesanal, sin embargo, si se debe declarar ante la SAR los inventarios y capacidad de producción, así mismo según el Decreto No.17-2010 se debe pagar L.4.50 por litro producido o importado con un máximo de 80 grados de alcohol, si este supera ese porcentaje el impuesto es de L.6.39 por litro sumado a un gravamen del 18% sobre la venta, según reforma del decreto N° 135-94, de fecha 12 de octubre de 1994, publicado en el Diario Oficial La Gaceta N° 27486 del 28 de octubre de 1994, más el impuesto sobre la renta que se calcula según el ingreso (TSC, 2022).

2.3.4 Retos de la cerveza artesanal

Unos retos que enfrentan los emprendimientos cerveceros es la capacidad logística, dicho proceso debe ser definido a corto, mediano y largo plazo, ya que constituye un valor en costo de los siguientes factores (Garduño-García et al., 2014):

- Fijación de precio.
- La tecnología.
- Talento humano.
- Adquisición de materia prima.

- Almacén, distribución.

A su vez la inversión en infraestructura es significativa para alcanzar niveles óptimos de calidad, operatividad, los emprendimientos cerveceros tiene un recurso financiero restringido lo que limita la inversión en los temas antes expuestos como también la innovación (Portela García, 2015).

Además, uno de los componentes más importantes, es el impacto ambiental que genera la industria de la cerveza artesanal, que si bien es cierto la mayoría de los elementos son orgánicos pero representan un riesgo de contaminación por los diferentes procesos, a su vez el uso de agua es significativo como insumo y uso constante en cada proceso, en resumen el riesgo ambiental es el siguiente Moreno & Ordóñez (2020):

- Contaminación en el aire por emisiones de gases, humos y vapores.
- Contaminación en el agua en relación al nivel de alcalinidad o acidez cuando se arrojan los residuos.
- Contaminación al suelo con los residuos sólidos.

Se recalca, la competitividad del mercado con grandes cervecerías industriales y la participación de las cervezas importadas en el mercado, las cuales tiene recursos y alcancen exorbitantes en producción, logística y mercadotecnia en comparación con emprendimientos y pequeñas empresa, las empresas cerveceras debido a que tienen una producción en menor escala y utilizan insumos de calidad para alcanzar la diferenciación del producto pero sus precios son más elevados que la cerveza industrial lo que puede afectar en la elección del consumidor (Rendón-Trejo et al., 2021).

Aunado a esto, la toma de decisiones en el sector del emprendimiento de la cerveza artesanal es un aspecto fundamental que influye en los aspectos de producción, comercialización

y aspectos internos en el negocio, el éxito del liderazgo está vinculado a temas de innovación, calidad, búsqueda de soluciones alternativas y mejora continua para adaptarse a un mercado cambiante y exigente, dichas decisiones son esenciales para abordar temas de la calidad de la cerveza en la elección de los proveedores y acreedores de materia prima para desarrollar una cerveza de alta calidad, las decisiones para alcanzar la diferenciación en el mercado en cuanto al estilo, diseño y estrategias, (Urrutia, 2016 ; Mora Mayoral & Martínez Martínez, 2018).

Según Urrutia (2016), la toma de decisiones es importante para alcanzar la sostenibilidad, rentabilidad, eficiencia operativa y reducción de costos y crecimiento. Así mismo el liderazgo en el mercado es un reto que involucra la capacidad para destacar en un mercado sumamente competitivo y obtener una posición para ello una combinación exitosa de los factores de calidad, mercadotecnia, adaptación, diferenciación y definición de objetivos claros (Sopó Montero et al., 2016).

También, la planificación estratégica desempeña un papel de gran relevancia en los emprendimientos al buscar optimizar la rentabilidad y establecer ventajas competitivas específicas. Este proceso implica un análisis y evaluación sistemática para definir la dirección a seguir, establecer metas a largo plazo y abordar diversas alternativas con el objetivo de tomar decisiones efectivas y mitigar riesgos de manera eficiente (Pulla & Torres, 2022).

Otro factor importante en los emprendimientos cerveceros artesanales es la penetración en el mercado o nuevos mercados, el cual su éxito se vincula a establecer estrategias con procedimientos coordinados y selección del target en el mercado para establecer una presencia en el sector, algunas estrategias son; segmentación del mercado, precios competitivos, desarrollo de campaña de mercadotecnia sólida, diferenciación, calidad consistente, reconocimiento y gestión del riesgo (Alizo et al., 2007)

El posicionamiento para el emprendimiento del sector de la cerveza artesanal implica una posición en la mente del consumidor y como define los atributos del producto o servicio, el cual le otorga un valor a la marca desde tres puntos; un valor individual, una ubicación en el mercado que permite identificar ciertas características de los diferentes segmentos que aceptan el producto o servicio y una relación con la competencia el cual es el lugar que ocupa con respecto a sus competidores, en resumen el posicionamiento sólido permite la conexión de los clientes con el producto para generar lealtad y rentabilidad (Carasila, 2007).

DEGT-UNAH

CAPÍTULO III. MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

CAPÍTULO III. MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

3.1 Paradigma

Según Gonzáles (2005), un paradigma de investigación establece una concepción del objeto analizado en una investigación científica y la naturaleza de los métodos que se utilizan para abordar, comprender y generar una explicación e interpretación del fenómeno de estudio. A su vez permite establecer los términos, valores, sistema de pensamientos, disciplinas que se utilizan una corriente científica y filosófica (Contreras, 1996).

El enfoque paradigmático adoptado en la presente investigación se basa en la corriente Post positivista. En este paradigma, se enfatiza la interpretación tanto de variables cuantitativas como cualitativas mediante una estructura sólida, mientras se considera la influencia de la percepción y subjetividad en contraste con las posturas teóricas y la tradición. Dentro de este enfoque, se concede un reconocimiento sustancial a la importancia de los datos matemáticos y estadísticos, así como a la observación, lo que promueve un enfoque crítico y reflexivo en la investigación. Además, se reconoce que la búsqueda completa de la objetividad en la investigación es una meta inalcanzable (Rondón Valero, 2018).

En consecuencia, se considera que dicho paradigma permite y respalda de forma científica y metodológica el estudio del problema y da paso al análisis del contexto de los factores de restricción e innovación que enfrentan los emprendimientos de la cerveza artesanal para incursionar el mercado masivo en Honduras, su enfoque a la complejidad promueve la reflexión lo que a su vez permite una interpretación más profunda y una explicación más completa del fenómeno mencionado anteriormente.

3.2 Enfoque

La presente investigación tiene un enfoque cuantitativo, ya que se fundamenta en la medición numérica y el análisis estadístico de la correlación de las variables. Este enfoque se emplea con el propósito de comprobar el supuesto establecido en el planteamiento del problema, que se centra en las características y el comportamiento del fenómeno en estudio (Amaiquema Marquez et al., 2019).

En consecuencia, la investigación se sustenta en la cuantificación y la medición de la existencia de diferencias significativas entre la valoración de los factores que actúan como restricciones e innovación de los emprendimientos del sector de la cerveza artesanal que buscan incursionar al mercado masivo en Honduras (Hernandez Sampieri et al., 2014).

3.3 Alcance de la Investigación

El alcance de la investigación es de tipo correlacional, ya que tiene como objetivo cuantificar y establecer el grado de diferencia significativa entre la valoración de la variable dependiente y la variable independiente mediante patrones repetidos de un factor en la población en estudio (Hernandez Sampieri et al., 2014). Dichas correlaciones se fundamentan en la validación de la hipótesis de investigación, donde se determinará el nivel de la diferencia significativa entre la valoración existente de las variables; factores de restricción e innovación en los emprendimientos del sector cervecero y la incursión del mercado masivo en Honduras (Ramos-Galarza, 2020).

3.4 Diseño de investigación

Referente al diseño de la investigación, es de tipo No Experimental debido a que no se busca una manipulación deliberada de las variables factores de restricción e innovación y los emprendimientos del sector cervecero que buscan ingresar al mercado masivo en Honduras. Por lo tanto, no se efectuarán cambios intencionados en las variables de naturaleza independiente

para evaluar su incidencia en las variables dependientes. Así mismo, el fenómeno en estudio será observado en su contexto natural para su posterior análisis. Además, este estudio se caracteriza por ser de tipo transversal- correlacional debido a que se recolectarán datos en un momento específico en el tiempo del fenómeno en estudio, para comprobar la diferencia significativa de valoración entre los factores de restricción e innovación en los emprendimientos del sector cervecero y la incursión en el mercado masivo de Honduras (Rodríguez & Mendivelso, 2018).

3.5 Población y muestra

La población en estudio está compuesta por los emprendimientos del sector de la cerveza artesanal en Honduras con características tales como; fabricación de cerveza de manera artesanal con ingredientes frescos y variedad de sabores, con una cartera de cerveza creativa, producción de lotes pequeños con una orientación a la calidad, distribución en el punto de fabricación, restaurante, bares o un mercado local.

En cuanto la muestra, esta se define como un subconjunto representativo de la población en el que las características similares de sus elementos permiten que la recopilación de datos sea suficiente evidencia para realizar inferencias sobre el conjunto total. La unidad de análisis para este estudio comprenderá los emprendimientos dedicados a la producción y comercialización de cerveza artesanal en las ciudades de Tegucigalpa, Comayagüela, San Pedro Sula y Catacamas, Progreso, Copán Ruinas, Zamorano, Peña Blanca- Cortes todas ubicadas en Honduras.

El método de muestreo es No probabilístico por conveniencia dado que la unidad de análisis en su mayoría es micro negocios o no están constituidos de manera formal y no existe registro en las instituciones gubernamentales, por lo que no existe un dato exacto y no se puede calcular mediante la probabilidad, el método seleccionado es eficaz para acceder a poblaciones específicas, difícil acceso, población menor o dispersos en diferentes zonas geográficas (Otzen & Manterola, 2017; Hernández González, 2021).

Con el propósito de abordar la posibilidad de falta de disponibilidad de la fuente primaria de información, se contempla la generalización de dicha fuente a través de la aplicación de técnicas adicionales de recopilación de datos. Estas técnicas complementarias pueden incluir visitas, observaciones directas, entrevistas estructuradas, entre otros métodos.

Con el fin de establecer la composición de la muestra no probabilística por conveniencia para esta investigación, se procedió a realizar una investigación de campo en Honduras, lo que permitió identificar una lista de 14 emprendimientos formales e informales dentro del sector de la cerveza artesanal. A continuación, se da a conocer la lista de emprendimientos identificados:

Cuadro 7 Lista de emprendimientos del sector de la cerveza artesanal

Nombre del emprendimiento	Municipio
Cerveza la Dinastia	Distrito Central
Los Dos Osos	Distrito Central
Cerveza ArtesanalH	Distrito Central
Honduras Club	Distrito Central
Cervecería 0826	Valle de Ángeles
Beer & Wine Black	San Antonio de oriente
Cerveza Carastaca	Cantarranas
Cerveza Perla negra	San Pedro Sula
LA20	San Pedro Sula
Cerveza artesanal	Sabanagrande
D&D Brewery, Lodge and Restaurant	Santa Cruz de Yojoa
Cerveza Artesanal el Progreso	El Progreso
Cerveza Artesanal CATAK	Juticalpa
Sol de Copán	Santa Rosa de Copán

Fuente: Construcción propia

3.6 Técnicas de recolección de la información

El método empleado para la recolección de datos involucra la localización del emprendimiento de cerveza artesanal, el establecimiento de contacto y las visitas a dichos emprendimiento, con un enfoque particular en los gerentes o propietarios. Además, se complementa este enfoque al buscar y consultar a expertos en el tema. Este enfoque de triangulación de información entre el investigador, los datos recopilados de los emprendimientos y la perspectiva de los expertos contribuirá a la validez y solidez de los resultados.

La técnica seleccionada para la recopilación de datos fue un cuestionario estructurado que contenía preguntas directas con respuestas cerradas. Estas preguntas fueron diseñadas para abordar los supuestos planteados en la investigación. El cuestionario se desarrolló con preguntas las cuales tienen un sustento teórico y provienen de los antecedentes, marco teórico, marco referencial y marco conceptual. Dicho cuestionario está diseñado para extraer información completa relacionada con las variables e indicadores, optimizando el tiempo de recopilación de datos sin comprometer la precisión de la información.

Tras finalizar la recopilación de datos, se procedió a la validación de la información, depuración de datos y confirmación de ciertas interrogantes para garantizar la calidad de los datos recopilados. Con la información depurada, se realizó la entrada de datos en el programa estadístico Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) versión 25, permitiendo así el desarrollo del análisis de la estadística descriptiva para los indicadores y variables. Los resultados se organizaron siguiendo la secuencia de las preguntas en el cuestionario y se analizaron, esta información se presentará de manera gráfica por pregunta.

Una vez completada la fase descriptiva, se procedió a realizar el análisis inferencial en el cual se transformaron las variables de acuerdo a sus indicadores para facilitar la realización de pruebas de hipótesis. Esta fase involucra la evaluación de la normalidad de los datos para ello se utilizó Shapiro-Wilk debido a que la población es menor de 50, para la confiabilidad del instrumento y su validez interna se efectuó ecuación denominada, Alpha de Cronbach. Finalmente, se llevó a cabo la medición de la diferencia significativa de la valoración entre las variables dependientes e independientes utilizando la prueba de hipótesis de Friedman. Dichas pruebas proporcionan un marco sólido para la recopilación, análisis y presentación de los datos en esta investigación doctoral.

3.6.1 Proceso de validación

El proceso de validación del instrumento se realizará en dos vías;

- Validación juicio de expertos: Al construir el instrumento se someterá para la evaluación y juicio de expertos especializados en investigación científica para valorar la estructura y contenido del instrumento, así mismo la escala de medición que permita dar respuesta a los objetivos y exigencias necesarias para garantizar a la eficiencia del instrumento y criterios como la redacción adecuada, nivel de coherencia, sesgo, medición del constructo de la investigación, secuencia de las preguntas, dicho formato se puede observar en el anexo 2.
- Prueba Piloto: Con el propósito de evaluar y poner en práctica las observaciones de los expertos, se llevará a cabo una prueba piloto utilizando los mismos parámetros que se aplicarán posteriormente en una muestra seleccionada de manera conveniente. El objetivo principal es realizar ajustes en el instrumento y su proceso de medición si se considera necesario.

3.6.2 Descripción de los instrumentos para la recolección de información

El cuestionario es de naturaleza estructurada y se aplicará a los emprendimientos dentro del sector cervecero artesanal. Este cuestionario consta de preguntas directas que están organizadas con opciones de respuesta basadas en una escala de Likert de cinco niveles, así como una escala de 7D, esta combinación está diseñada para evaluar medidas de rendimiento tanto objetivas como subjetivas. Este enfoque es requerido para recopilar la información necesaria y llevar a cabo el presente estudio de manera efectiva (Arzola & Mejías, 2007; Torres Pereira & Zumba Zuñiga, 2015).

3.6.3 Fuentes de información

Las fuentes de datos que estarán involucradas en las diferentes etapas de la presente investigación que provendrán de las siguientes categorías:

Fuentes primarias: Estas estarán representadas por los emprendimientos dentro del sector cervecero artesanal. Utilizando el cuestionario de investigación como herramienta principal, se obtendrá la información específica necesaria para los propósitos de este estudio.

Fuentes secundarias: Esta categoría engloba los recursos de investigación que se emplearán, tales como fuentes bibliográficas, libros, informes, documentos, artículos de revistas, tesis, datos censales, material audiovisual, información en línea y visitas a diversas instituciones vinculadas al tema de estudio.

3.7 Plan de análisis

3.7.1 Análisis de datos

Al recolectar información se realizó un análisis de la estadística descriptiva con el objetivo de presentar los datos de forma organizada, haciendo uso de gráficas, tablas y así determinar conclusiones. A su vez se empleó estadística inferencial para analizar los resultados de la muestra de forma organizada y así establecer pruebas de relación de hipótesis y confiabilidad (Mayorga-Ponce et al., 2020; Argibay, 2009).

3.7.2 Programas para utilizar para análisis de datos

El software IBM SPSS Statistics, es una interfaz con diversas funcionalidades que permite procesar información y aplicar procedimientos avanzados con fórmulas estadísticas con fidelidad, calidad y de forma precisa considerando cada aspecto del ciclo analítico, así como las pruebas de confiabilidad, normalidad de datos, prueba de hipótesis, estadística descriptiva, patrones, de distribución de variables entre otras funciones, esto permite realizar de forma eficiente el análisis y conclusiones de los resultados obtenidos (IBM, 2023).

3.7.3 Definición de las variables

En el siguiente apartado se da a conocer la definición de las variables de esta investigación con la clasificación; variables dependientes e independientes, así mismo con sus indicadores.

Variable dependiente

1. **Mercado de consumo masivo de cerveza en Honduras:** La incursión en el mercado masivo para los micro negocios se refiere al conjunto de actividades, acciones y estrategias con el fin de ingresar sus productos y servicios a un mercado más grande para alcanzar una mayor cartera de clientes e incrementar su ventas y ganancias (González et al., 2012). Desde la perspectiva de Schumpeter (1942), la búsqueda de nuevos mercados explora una estrategia para incursionar en los mercados masivos con el objetivo de lograr crecimiento e incremento de producción y ventas. Para el caso del mercado masivo en Honduras el sector de la cerveza artesanal se concentra en un nicho de mercado determinado y no tiene reconocimiento que le permita el desarrollo en el mercado hondureño.

La variable expuesta será valorada en esta investigación a partir de los siguientes indicadores:

Indicadores:

1. Medidas de expansión
2. Aceptación en el mercado nacional
3. Posicionamiento
4. Diferenciación
5. Reconocimiento
6. Gestión del riesgo
7. Recursos financieros

8. Materia prima
9. Indicador competencia del sector cerveza industrial

Variables independientes

- 2. Factores de restricción operativa:** Las restricciones operativas se pueden definir como un factor que limita la rentabilidad y el crecimiento de la empresa desde la perspectiva de producción y diversos procesos (Feldman, 2018; Weinberger-Villarán, 2019; Kantis et al., 2016).

La variable expuesta será valorada en esta investigación a partir de los siguientes indicadores:

Indicadores

1. Capacidad de planta
2. Costos de producción
3. Calidad
4. Mejora continua
5. Recurso humano
6. Conocimiento técnico
7. Procesos
8. Cuellos de botellas
9. Materia prima
10. Canales de distribución
11. Redes colaborativas
12. Infraestructura
13. Sustentabilidad
14. Mura (desechos, desperdicios)

15. Logística

- 3. Factores de restricción financieras:** Son las limitaciones que una empresa o negocio percibe entorno a su capacidad financiero y capital o procesos y desafíos que experimente al solicitar un recurso financiero a una fuente de financiamiento (Rojas, 2017; Messina & Hochsztain, 2015)

La variable expuesta será valorada en esta investigación a partir de los siguientes indicadores:

Indicadores

1. Acceso a financiamiento
2. Nivel de incertidumbre
3. Disponibilidad de recursos
4. Disponibilidad de garantías
5. Nivel de riesgos
6. Métodos de control contable
7. Liquidez
8. Solidez financiera
9. Respaldo de capitales

- 4. Factores de restricción políticas:** Las regulaciones de naturaleza política son las diversas leyes y normas que las diferentes entidades gubernamentales emiten para controlar, regular las actividades de las empresas de diferentes tamaños (Lopera et al., 2014;TSC, 2023)

La variable expuesta será valorada en esta investigación a partir de los siguientes indicadores:

Indicadores

1. Permisos de operación

2. Permiso ambiental
3. Permisos municipales
4. Regulaciones de IHADFA
5. Impuestos
6. Leyes locales
7. Leyes laborales
8. Indicador etiquetado según ley

5. Innovación en emprendimientos: Según Schumpeter (1942), la innovación es el motor principal para el crecimiento de la economía y el desarrollo a largo plazo que consiste en la combinación de las diversas combinaciones de factores de producción, introducción de nuevos productos, siendo el actor principal el emprendedor. Otra definición indica que la innovación es la ejecución de procesos tecnológicos, procesos y modelos de negocio para lograr la eficiencia y resultados óptimos (Vélez-Romero & Ortiz Restrepo, 2016).

La variable expuesta será valorada en esta investigación a partir de los siguientes indicadores:

Indicadores

1. Nivel de innovación
2. Tipo cerveza
3. Tipos de innovación
4. Tipos de procesos que se aplica la innovación
5. Tecnología
6. Origen
7. Patentes
8. Inversión en desarrollo

9. Inversión en investigación
10. Recursos financieros
11. Creatividad
12. Optimización

3.8 Hipótesis

La hipótesis se define como el supuesto que la investigación plasma para su valoración, tanto teórico como estadística, y con ello aceptar o rechazar los aspectos que definen el problema de estudio que se busca generalizar en una investigación (Hernandez Sampieri et al., 2014).

H_{01} : No existe diferencia significativa entre la valoración de los factores de restricciones operativas, financieras, políticas, innovación de los emprendimientos cerveceros artesanales y la incursión exitosamente en el mercado de consumo masivo en Honduras.

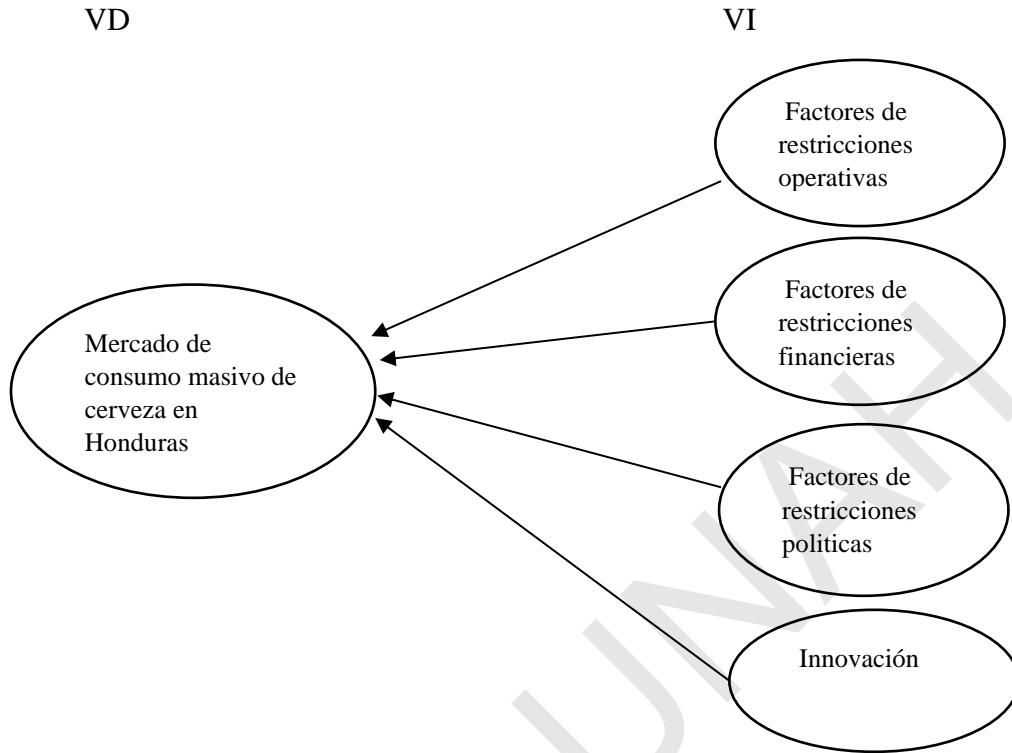
H_{i1} : Existe diferencia significativa entre la valoración de los factores de restricciones operativas, financieras, políticas, innovación de los emprendimientos cerveceros artesanales y la incursión exitosamente en el mercado de consumo masivo en Honduras.

A continuación, se presenta el diagrama sagital de la investigación factores de restricción e innovación de los emprendimientos cerveceros artesanales para incursionar en el mercado masivo.

Variable Dependiente; Mercado de consumo masivo de cerveza en Honduras.

Variable independiente: Factores de restricción operativas, financieras y políticas, innovación en emprendimientos.

Ilustración 18 Diagrama Sagital del sector cervecero artesanal H_{i1}



Fuente: Construcción Propia

3.9 Operacionalización de variables

Cuadro 8 Operacionalización de variables

Hipótesis	Variable	Definición Teórica	Definición operacional	Indicador	Referente
Existe diferencia significativa entre la valoración de los factores de restricción operativas, financieras, políticas, innovación de los emprendimientos cerveceros artesanales y la incursión exitosamente en el mercado de consumo masivo en Honduras.	Mercado de consumo masivo de cerveza en Honduras	Se refiere a un amplio segmento de consumidores de cerveza (González et al., 2012)	Mediante la incursión realizando un conjunto de estrategias, actividades y acciones para ingresar nuevas cervezas artesanales	<ul style="list-style-type: none"> a) Medidas de expansión b) Aceptación en el mercado nacional c) Reconocimiento d) Posicionamiento f) Diferenciación g) Gestión del riesgo h) Recursos financieros i) Materia prima j) Indicador competencia del sector cerveza industrial 	<ul style="list-style-type: none"> -Que exista una estrategia de expansión - Que exista más de un punto de venta nuevo - Preferencia positiva de parte del consumidor - Un buen nivel de satisfacción del cliente - Conocimiento de la marca de parte del cliente al momento de consultar - Que existan estándares definidos -Que existan controles en los procesos de producción - Que tenga enfoque definido para destacar - Que implemente innovación en los procesos y producto - Que tenga involucramiento en la comunidad - Cartera de clientes definida - Un nivel mínimo de reclamos - Que implemente estrategias para reducir el riesgo - Que destine una inversión para los procesos operativos - Revisión de materia prima - Protocolos de obtención de materia prima - Presupuesto y estrategias definidas para competir con el sector de cerveza industrial - Que exista al menos un lanzamiento de nuevas cervezas

Factores de restricciones operativas	Factor que representa un limitante a la rentabilidad y el crecimiento del emprendimiento cervecero desde el enfoque de producción y procesos (Feldman, 2018; Weinberger-Villarán, 2019; Kantis et al., 2016)	Identificando procesos con cuello de botellas, aplicación de tecnología, falta de maquinaria que impiden la producción	<ul style="list-style-type: none"> a) Capacidad de planta b) Costos de producción c) Calidad d) Mejora continua f) Recurso humano e) Conocimiento técnico f) Procesos g) Cuellos de botellas h) Materia prima i) Canales de distribución j) Redes colaborativas k) Infraestructura l) Sustentabilidad m) Mura (desechos, desperdicios) n) Logística 	<ul style="list-style-type: none"> -Que tenga el equipo necesario para producción - Que tenga la suficiente MP - Definición de estándares de producción - Que realice supervisión de los procesos - Que tenga controles de producción - Nivel bajo de desperdicio - Nivel bajo de desechos - Que tenga controles para identificación de oportunidad de mejoras - Presupuesto para inversión en tecnología -Que implemente software de control - Maquinaria moderna - Desarrollo de capacitación constante para los colaboradores - Manejo de recetas y procesos -Que existan controles para definición de limitaciones o cuellos de botellas - Que se realice la comercialización de la cerveza por más de un canal de distribución - Implementación de mejora continua - Más de una asociación con un emprendiendo artesanal o negocio de otro sector - Existencia de programas para reducir el impacto ambiental - Cumplimientos en los tiempos de producción - No sobrepasar la mura por más de 10 días - Tener controles de inventario - Nivel medio de infraestructura
Factores de restricciones financieras	Limitaciones que oscilan en el aspecto de capacidad	Capacidad de acceso a crédito, garantías, inversiones de	<ul style="list-style-type: none"> a) Acceso a financiamiento b) Nivel de incertidumbre c) Disponibilidad de recursos d) Disponibilidad de garantías 	<ul style="list-style-type: none"> - Un nivel bajo de dificultad de acceso a financiamiento -Contar con las garantías disponibles

	financiera (Messina & Hochsztain, 2015)	terceros, apoyo gubernamental	<ul style="list-style-type: none"> e) Nivel de riesgos f) Métodos de control contable g) Liquidez h) Solidez financiera i) Respaldo de capitales 	<ul style="list-style-type: none"> - Tener fuentes una alternativa de financiamiento - Tener controles contables - Tener una capacidad de endeudamiento - Tener capital disponible
Factores de restricciones políticas	Limitaciones emitidas por diversas instituciones gubernamentales diseñadas para controlar y regular (Lopera et al., 2014)	Acceso a permisos de instituciones locales y nacionales	<ul style="list-style-type: none"> a) Permisos de operación b) Permiso ambiental c) Permisos municipales d) Regulaciones de IHADFA e) Impuestos f) Leyes locales g) Leyes laborales h) Indicador etiquetado según ley 	<ul style="list-style-type: none"> - Nivel bajo de dificultad para obtener permisos - Que se encuentre constituido de manera formal - Que paguen impuestos - Implementación de regulaciones del etiquetado - Cumplir con las obligaciones de acuerdo a la ley
Innovación	Aplicación de diversos procesos de naturaleza tecnológica, modelo de negocio y optimización de procesos para lograr la eficiencia (Vélez-Romero & Ortiz Restrepo, 2016)	Mediante la aplicación de tecnología, mejora continua, inversión en desarrollo	<ul style="list-style-type: none"> a) Nivel de innovación b) Tipo cerveza c) Tipos de innovación d) Tipos de procesos que se aplica la innovación e) Tecnología f) Origen g) Patentes h) Inversión en desarrollo i) Inversión en investigación j) Recursos financieros k) Creatividad l) Optimización 	<ul style="list-style-type: none"> - Que tenga una patente de producto o proceso patentado - Que aplique un tipo de innovación - Que aplique en más de un proceso innovación - Contemplar en el catálogo de producto más de un tipo de cerveza - Existencia de inversión en investigación e innovación - Que utilice por lo menos un Software en algún proceso - Implementación de automatización en un proceso de producción o administrativo

Fuente: Construcción Propia

CAPÍTULO IV. ANÁLISIS DE DATOS

CAPÍTULO IV. ANÁLISIS Y PROPUESTA DE LA INVESTIGACIÓN

4.1 Análisis descriptivo

En el presente capítulo se presentan los resultados de las variables; mercado de consumo masivo de cerveza en Honduras, factores de restricciones operativas, financieros, políticas e innovación.

4.1.1 Variable mercado de consumo masivo de cerveza en Honduras

Indicador medidas de expansión

En cuanto a la pregunta 7) ¿Con cuáles de las siguientes medidas en relación a la expansión de su mercado de cerveza artesanal está de acuerdo?, los resultados demuestran que:

Cuadro 9 Medidas de expansión del sector de la cerveza artesanal

Opciones	Respuestas
Estamos actualmente explorando activamente oportunidades para expandir nuestra presencia en nuevos mercados.	7
Hemos identificado oportunidades concretas para el crecimiento en segmentos de mercado específicos.	4
Estamos realizando inversiones significativas en estrategias de marketing y distribución con el objetivo de llegar a un público más amplio.	2
Estamos abiertos a considerar colaboraciones o asociaciones que nos permitan expandir nuestra presencia en el mercado.	1

Fuente: Construcción Propia

Referente a los datos presentados en la tabla anterior, se concluye que los emprendimientos dedicados a la fabricación de cerveza artesanal muestran una clara inclinación hacia la exploración activa de oportunidades para ampliar su presencia en mercados emergentes con un 50%. Además, se aprecia que un porcentaje significativo del 28% de estos emprendimientos ha identificado oportunidades nuevos mercados de manera concreta en segmentos específicos, esto permite identificar que los emprendimientos del sector de la cerveza artesanal tienen una inclinación positiva a la expansión en nuevos mercados. Vale la pena resaltar

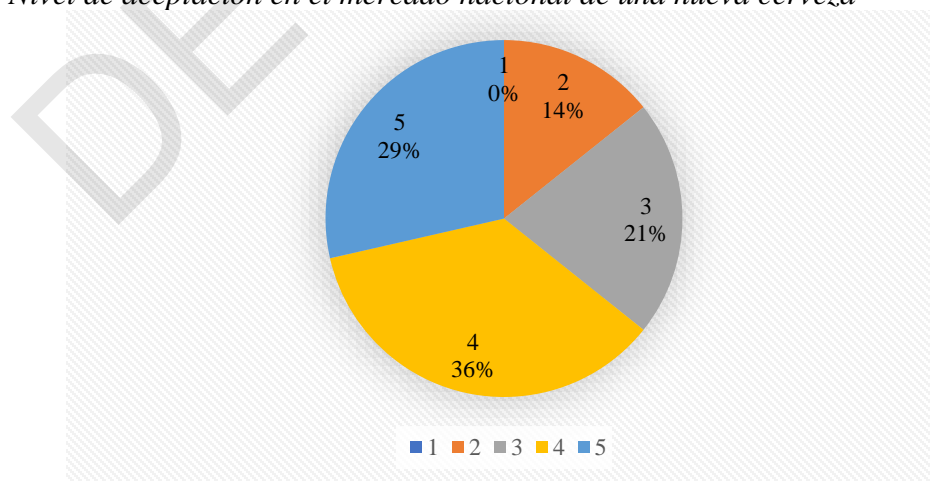
que aquellos emprendimientos que no se alinean con las mencionadas tendencias están canalizando esfuerzos hacia inversiones sustanciales o están considerando la expansión de su presencia en el mercado.

Desde la perspectiva de Schumpeter la estrategia de explorar nuevos mercados para la expansión geográfica del sector de la cerveza artesanal puede actuar como catalizador de una destrucción creativa que permita alterar la dinámica del mercado de consumo masivo de cerveza, se evidencia que el sector de la cerveza artesanal tiene intenciones de incursionar y expandirse en el mercado masivo en Honduras por lo que pueden enfatizar sus estrategias orientadas a competir con la cerveza industrial buscando la diferenciación que le permita generar una estrategia competitiva según sus recursos financieros y operativos como ser; diversidad de cervezas artesanales, colaboraciones entre emprendimientos para expandir la cartera de clientes, producción a escala y desarrollo de los canales de distribución y venta.

Indicador aceptación en el mercado nacional y reconocimiento

En cuanto a la consulta 9) ¿Cuál es el nivel de aceptación en el mercado nacional que tiene la creación de nuevos tipos de cerveza? del 1 al 5 (siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto).

Gráfica 1 Nivel de aceptación en el mercado nacional de una nueva cerveza



Fuente: Construcción Propia

En consideración que las estrategias del sector se orientan en su mayoría a explorar, identificar e invertir en recursos para expandir su mercado, este hallazgo señala que los cerveceros artesanales se benefician de un mercado amistoso el cual se ve figurado con un nivel de aceptación de la escala de 5 del 29% seguido de un 36% de la escala 4 para la aceptación de los nuevos tipos de cerveza en el mercado de consumo masivo reflejando un panorama de naturaleza alentador referente a la recepción positiva por lo que se considera que existe una base sólida para el crecimiento y expansión de esta cerveza, sin embargo la diversidad de tipos de cervezas orientadas a la diferenciación de la calidad le proveen a este sector una estrategia competitiva como cobertura de aceptación en el mercado.

Cabe destacar que el 35% de la población encuestada no consideran un nivel considerado de aceptación esto puede deberse a factores como la falta de reconocimiento y la competencia relacionada con las estrategias masivas que emplea la industria de la cerveza industrial.

Indicador Posicionamiento

Referente a la pregunta; 10) ¿Cuáles de las siguientes estrategias utiliza para tener posicionamiento en un mercado competitivo?, la recolección de datos arrojó los siguientes resultados:

Cuadro 10 Estrategias de posicionamiento de mercado del sector de la cerveza artesanal

Estrategias	No.
Precio y calidad	2
Experiencia del cliente o usuario	6
Presentación	2
Diferenciación	3
Valor	1

Fuente: Construcción Propia

La experiencia al cliente, diferenciación y temas de precio y calidad es de vital importancia y representan tendencias para el sector, el mercado de la cerveza tiene una competencia agresiva que ocasionalmente enfrentan un monopolio o empresas trasnacionales de cerveza industrial con estrategias diseñadas para venta masiva, canales y puntos de ventas estructurados por lo que para el sector de la cerveza artesanal una de las estrategias para lograr la diferenciación es la experiencia única al consumidor centrándose en la calidad y diversidad de sabores además para lograr una experiencia al cliente personalizada algunos emprendimientos ofrecen la información al cliente de los ingredientes y los procesos que permite generar la cerveza artesanal e incluso visualizarlo, así como los espacios y presentaciones creativas.

Cabe destacar que temas como valor y presentación de producto no se consideran en las estrategias de posicionamiento en dichos emprendimientos, la presentación en la cerveza es fundamental ya que implica aspectos de impresión visual para captar la atención e interés del consumidor a su vez en un mercado complejo una presentación distinta ofrece un punto de diferenciación y una base para lograr experiencia única al cliente cervecero y otorgando valor para la construcción de una identidad meticulosa de la marca.

Indicador Diferenciación

Al consultar a los encuestados; 11) ¿Cuáles de las siguientes opciones considera que le permite diferenciarse a su producto de su competencia? del 1 al 5 en cada apartado (siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto).

Cuadro 11 Opciones para lograr la diferenciación del sector de la cerveza artesanal

Opciones	1	2	3	4	5
Estilo único	0%	7.1%	14.3%	7.1%	71.4%
Precio	42.9%	28.6%	21.4%	7.1%	0%
Presentación creativa	14.3%	14.3%	21.4%	21.4%	28.6%

Sabor	0%	0%	0%	42.9%	57.1%
Calidad	0%	0%	0%	28.8%	71.4%

Fuente: Construcción Propia

Según la recolección de datos se identificó que la calidad y sabor emergen como un factor clave en el sector de la cerveza artesanal, cabe destacar que estos dos incisos son afectados en gran medida por el obstáculo de materia prima. La calidad y sabor tiene una relación directa con la experiencia del cliente e innovación de producto ofreciendo estilos únicos en un mercado con una aceptación positiva, a su vez la innovación del producto ofrece una solución viable para alcanzar la diferenciación; sin embargo el precio menor de la cerveza de la industria de la cerveza industrial representa una ventaja de niveles inmensurables para competir en el mercado, así mismo se evidencia que la presentación creativa no se considera para diferenciar la cerveza artesanal.

Indicadores; Gestión del riesgo materia prima, recursos financieros

Con respecto a la pregunta; 8) ¿Cuáles son los principales obstáculos de un cervecero artesanal al intentar promover una nueva cerveza? del 1 al 5 en cada apartado (siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto), son;

La materia prima tiene la escala 5 de obstáculo que representa el 28.6% y la escala 4 un 35.7%, el financiamiento representa una escala de 5 en un 28.6% seguido del mercado que representa un 21.4% en una escala de 5 de dificultad el envasado no representa un nivel de dificultad con un 35.7% en la escala 1 de la misma forma el equipo para producir que se encuentra en una escala 1 de 28.6%.

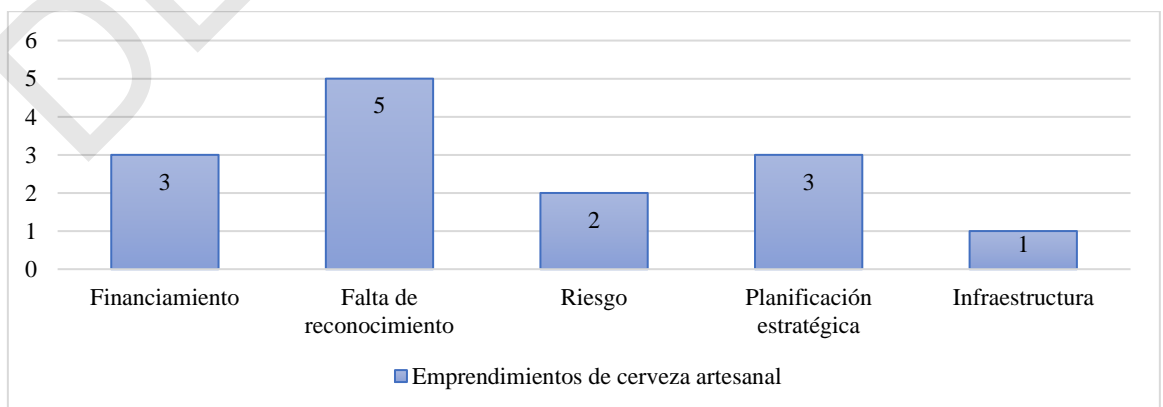
Se evidencia que la materia prima y el financiamiento son identificados como obstáculos de mayor significancia. La materia prima se destaca por su presencia en las escalas de mayor dificultad siendo una de las limitaciones radica en la importación de diversas materias primas o

cepas que posibilitan la creación de nuevos tipos de cerveza, así como los costos elevados por la cantidad de importación, mientras que el financiamiento alcanza un nivel notable en la misma línea en este contexto, se subrayan como desafíos significativos el acceso a financiamiento con influencia a la naturaleza de los micro negocios y falta de garantías así mismo la gestión del riesgo asociada a las diferentes combinaciones.

En concordancia, tanto el envasado como el equipo para la producción muestran niveles más bajos de dificultad, con una proporción considerable de participantes situándose en categorías de menor obstáculo. El envasado, en particular, no parece representar un desafío importante, ya que una proporción significativa de los participantes lo coloca en la categoría de menor dificultad, esto puede demostrar que los emprendimientos cerveceros han logrado desarrollar operaciones optimizando su capacidad operativa en cuanto a su equipo. Referente al mercado, se percibe como un desafío con un grado considerable de dificultad el cual puede afectar la industria de cerveza artesanal.

Se preguntó sobre; 16) ¿Cuál de los siguientes desafíos considera más importantes para incursionar en nuevos clientes de la cerveza artesanal?, los resultados demuestran que:

Gráfica 2 Desafíos que enfrenta el sector de la cerveza artesanal para incursionar en el mercado masivo



Fuente: Construcción Propia

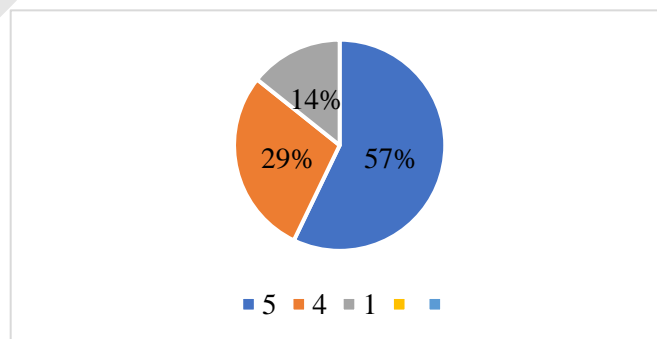
Se destaca la falta de reconocimiento el cual emerge como un desafío central al contemplar la expansión hacia nuevos mercados, la consistencia relativa en las percepciones, en comparación con otros factores como el riesgo e infraestructura, sugiere un acuerdo general acerca de la relevancia de abordar la falta de reconocimiento, esto puede deberse a los factores cómo el tipo de mercadeo que se está empleando, el tiempo en el mercado, la fuerza de ventas inexistente o los puntos de ventas, los tipos de promoción y publicidad para lograr posicionamiento en el mercado.

El financiamiento que representa un desafío en el sector con un 21% esto relacionado al acceso a crédito o la capacidad de capital propio para operar el negocio, a su vez el 21% como desafío la planificación estratégica puede estar relacionado a la oportunidad de mejora en reconocimiento de la importancia de dicho tema que permite definir estrategias a corto, mediano y largo plazo. Es importante recalcar que el aspecto de infraestructura no se considera por parte del sector como un desafío sin embargo es necesario ahondar si el sector cuenta con la capacidad instalada para incursionar en un mercado más amplio que exige mayor producción.

Indicador competencia del sector cerveza industrial

Indagando en el cuestionamiento de 19) ¿Cómo afecta la competencia de la cerveza industrial a su negocio? del 1 al 5 (siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto)

Gráfica 3 La cerveza industrial como competencia del sector de cerveza artesanal



Fuente: Construcción Propia

El análisis revela que la competencia del sector de la cerveza artesanal con la cerveza industrial, representada por Cervecería Hondureña posee un reconocimiento consolidado en el mercado respaldado por estrategias de consumo masivo, diversos canales de venta y precios más competitivos derivados de su producción y ventas a gran escala, esto afecta al sector de la cerveza artesanal de forma directa en cuanto al acceso a cuota de mercado, la industria cervecera puede alcanzar con su diversidad de canales de distribución un público más amplio, las estrategias masivas generadas por la industria pueden generar tendencias de mercado de la cervezas industriales excluyendo la cerveza artesanal. No obstante, un 14% de los participantes parece percibir una menor afectación al competir con la cerveza industrial, lo que podría atribuirse a la posibilidad de que estos emprendimientos artesanales hayan delimitado con claridad un nicho de mercado específico.

Este resultado sugiere que, a pesar de las barreras inherentes a la competencia con la cerveza industrial como ser; el menor precio, estrategias y promociones masivas, un segmento minoritario de emprendimientos artesanales puede encontrar oportunidades o estrategias que les permitan mitigar los impactos negativos. Esto podría estar vinculado a una diferenciación exitosa en términos de nicho de mercado, donde ciertos consumidores valoran y buscan experiencias específicas que la cerveza artesanal puede ofrecer de manera única. Cabe destacar que las estrategias del sector están orientadas a la experiencia única

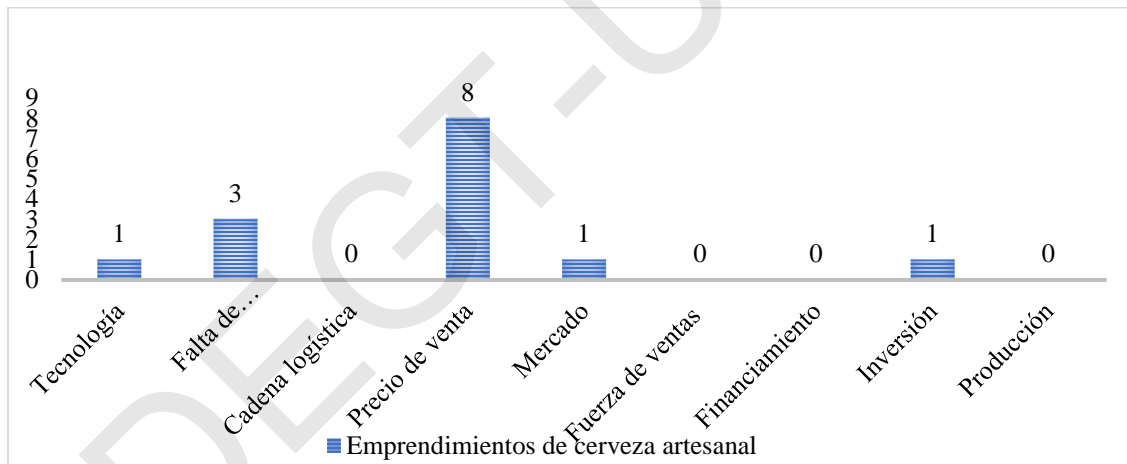
Al indagar la pregunta; 20) ¿Cuáles de los siguientes desafíos enfrenta al competir con la cerveza industrial? (puede marcar varios), el resultado producto de la recolección de información demuestra que:

La evaluación refleja que el foco principal se centra en el precio de venta en el sector de la cerveza artesanal esto indica el nivel adquisitivo de la población orientado a un menor precio, la menor escala de producción que no permite la reducción de precio de venta y el costo de

importación de materia prima. La recurrencia de la respuesta asociadas a un precio de venta específico sugiere una conexión destacada con la competencia en comparación con la cerveza industrial. Así mismo, se percibe la falta de reconocimiento en un mercado controlado por un monopolio existente en este caso Cervecería hondureña, junto con las limitaciones de acceso a financiamiento y tecnología, capacidad operativa para producir a escala.

Estos aspectos resaltan la complejidad del escenario y la necesidad de considerar diversos aspectos al abordar estrategias para el sector de la cerveza artesanal. Al analizarlo desde la perspectiva de Schumpeter el sector tiene oportunidades en relación a la inversión en producción, publicidad y gestión del punto de venta para competir con los monopolios existentes en Honduras. Ver gráfico 4:

Gráfica 4 Desafíos que enfrenta el sector de la cerveza artesanal



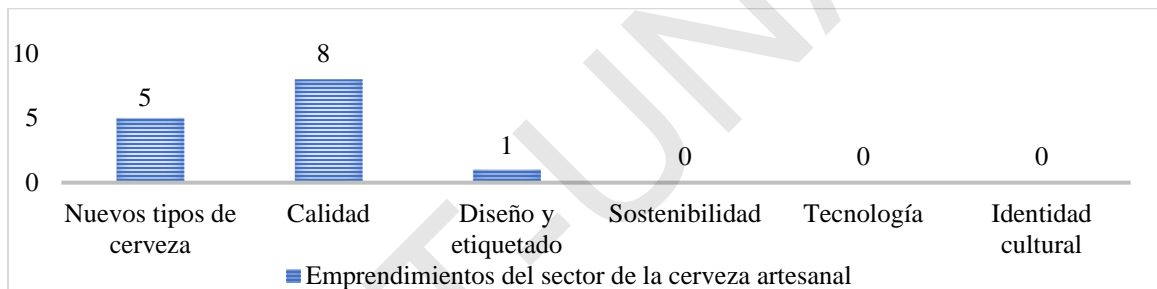
Fuente: Construcción Propia

La pregunta 21) ¿Qué aspecto considera le permite competir con la industria de la cerveza industrial?

A partir de los resultados obtenidos, se aprecia que la atención se centra en la calidad. Esta consideración sugiere que la calidad se percibe como un factor distintivo fundamental y nuevos tipos de cerveza los cuales le proporcionan una experiencia única al cliente en cuanto a

sabor y aroma, la cerveza artesanal se puede considerar menos dañina debido a que no tiene preservantes o en menor escala de igual forma utiliza materia prima con garantía de calidad, a su vez esto permite la experimentación de fórmulas para generar nuevos tipos de cerveza orientados a generar una experiencia única en el consumidor. En el gráfico 5 se detallan aspectos que no son considerados en el sector de la cerveza artesanal y que en la actualidad representan un criterio importante como la sostenibilidad y un aspecto relevante como la tecnología la cual va apegada a la innovación y aspectos de optimización de procesos para evolucionar en la producción y sistemas.

Gráfica 5 Aspectos del sector de la cerveza artesanal para competir con la cerveza industrial



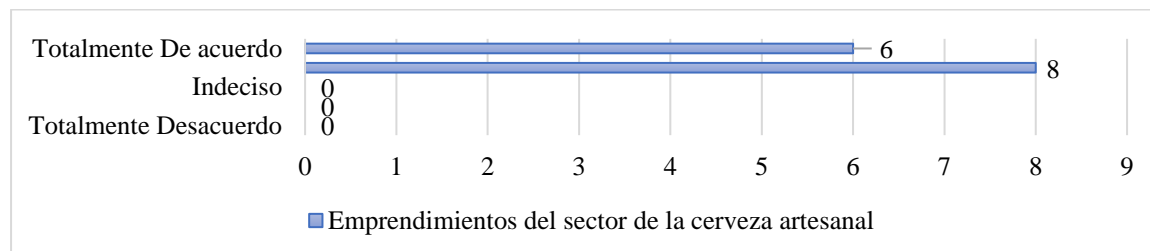
Fuente: Construcción Propia

4.1.2 Variables Factores de restricción operativa

Indicador capacidad instalada de planta

En la pregunta; 12) ¿Cuenta con el equipo necesario para la elaboración de cerveza artesanal?, al recolectar información se observa lo siguiente:

Gráfica 6 Equipo para producción del sector de cerveza artesanal

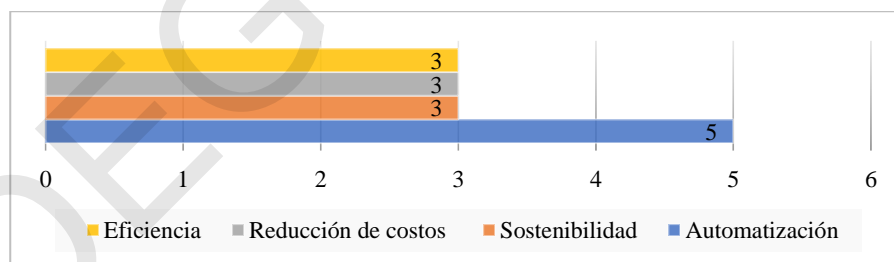


Fuente: Construcción Propia

Los equipo de producción son elementales para la producción y lograr satisfacer las necesidades del mercado y garantizar la rentabilidad de los negocios cerveceros, así mismo la consistencia de la calidad en los diversos procesos desde la molienda hasta el envasado, a su vez el control de temperatura, tiempos y sabores consistentes, un equipo adecuado permite experimentar la creación de nuevos tipos de cerveza y a medida del crecimiento de los negocios la demanda exige una mayor capacidad de planta y eficiencia operativa. Desde esta perspectiva, los emprendimientos cerveceros artesanales expresan confianza en la idoneidad de su equipo para la producción y comercialización de cerveza artesanal en su público objetivo. A pesar de esta percepción positiva, se identifica una oportunidad de mejora significativa en la valoración de la importancia de la tecnología esto se puede deber a la percepción equivocada del concepto artesanal o el recurso financiero para implementar la misma.

En la pregunta 13) ¿Cuáles de las siguientes técnicas de producción pueden influir en su productividad?, los resultados producto de la aplicación del instrumento demuestran que:

Gráfica 7 Técnicas de producción que influyen en la productividad de la cerveza artesanal



Fuente: Construcción Propia

La automatización de proceso permite a los cerveceros artesanales controlar con precisión y constante los procesos constantes, esto contribuye en la consistencia de la calidad y productividad, así mismo la estandarización de los procesos, con el fin de efectuar tareas repetitivas de forma rápida reduciendo tiempos de holguras, reducción de error y aumentando la capacidad de producción con cumplimientos de las regulaciones del sector, para lograr enfocarse

más en procesos creativos y de naturaleza estratégica. En concordancia que los emprendimientos cerveceros consideran que poseen el equipo necesario, el proceso de automatizar y aplicación de la tecnología en sus procesos puede optimizar para incrementar su producción, analizado desde la teoría de Schumpeter la importancia de modificar o crear nuevos procesos puede conducir a la transformación del emprendimiento.

Cabe destacar que otro segmento del sector se centra en técnicas como reducción de costos esto puede tener una relación directa con el tema de financiamiento a su vez consideran en menor escala aspectos como la eficiencia que puede estar relacionado a adquisición de equipo para la producción a escala, gestión de calidad, la opción de la reducción de costos se ubica en la misma posición y esto puede deberse a los costos que representa la adquisición de materia prima y la producción en menor escala, así mismo la opción también con menor rango de respuesta la cual figura la sostenibilidad esta misma se visualiza en procedimientos de ahorro de agua.

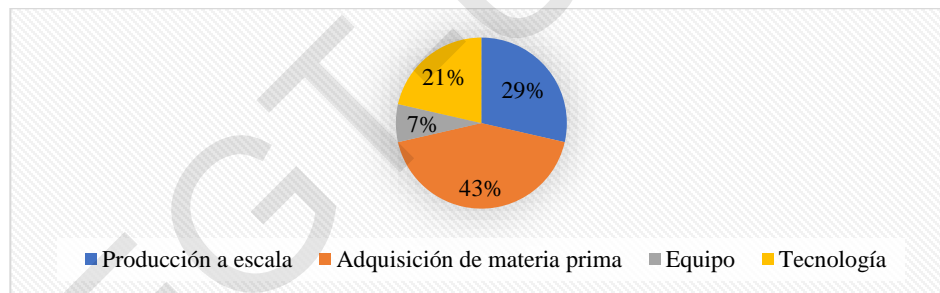
Se consultó; 62) ¿Cuál de las siguientes restricciones en la producción le impide alcanzar rentabilidad a su negocio?, los resultados reflejaron:

La obtención de materias primas constituye un elemento crucial en el proceso de producción esto se debe a que no controlan los proveedores. Este factor, a su vez, se erige como un desafío considerable al fomentar la introducción de una nueva cerveza o, directamente, incidir en la calidad y experiencia del cliente. Desde la perspectiva de la teoría de la innovación de Schumpeter, la exploración de nuevas fuentes de materias primas se revela como un componente esencial para la evolución de nuevos productos o aspectos de calidad. Entre las limitaciones más destacadas, el sector también subraya la producción a escala, con un 29%, lo que representa un desafío significativo en la industria y que un factor importante a considerar es la poca cuota de mercado que tienen acceso y la falta de financiamiento, especialmente al compararse con el sector de la cerveza industrial, sin embargo, es importante señalar que el sector no considera un

impedimento el equipamiento para abarcar su mercado actual, cabe destacar que para incursionar en el mercado masivo es necesario la producción a gran escala.

La tecnología con un 21% se percibe como esencial para la innovación en procesos y la optimización eficiente de los procesos y recursos representando una restricción significativa ya que se evidencia que no todos los cerveceros artesanales tienen acceso a tecnología, jugando un papel importante el financiamiento, destacando su papel clave en el entorno competitivo del sector cervecero artesanal. Estos resultados subrayan la complejidad y las múltiples dimensiones que influyen en las dinámicas operativas y competitivas de los emprendimientos en esta industria, evidenciando la necesidad de estrategias adaptativas y enfoques diferenciados para superar estos desafíos, ver gráfico 8:

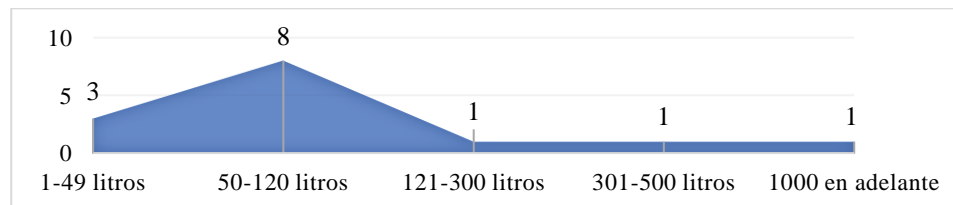
Gráfica 8 Restricciones de producción del sector de cerveza artesanal para alcanzar rentabilidad



Fuente: Construcción Propia

En cuanto a la consulta 63) ¿Cuál es la capacidad de producción de cerveza artesanal de su equipo?, Los resultados revelan que:

Gráfica 9 Capacidad de producción del sector de cerveza artesanal

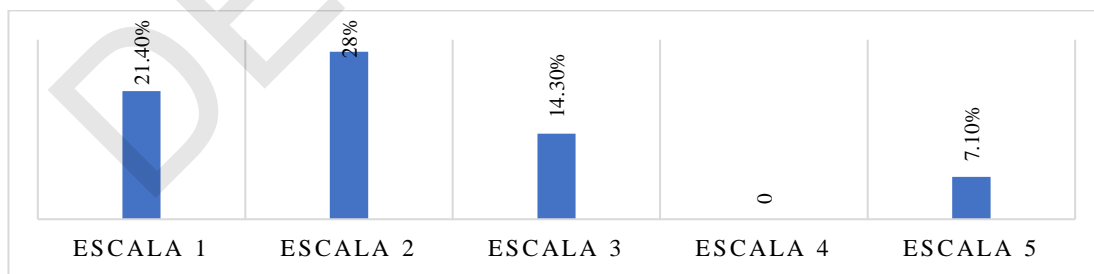


Fuente: Construcción Propia

La interpretación del gráfico anterior indica que la capacidad del sector se sitúa en un nivel medio-bajo. Este hallazgo señala que aproximadamente el 57% de los productores en este ámbito llevan a cabo producciones que oscilan entre 50 y 120 litros por lote esto equivale a 140-338 botellas de cerveza de 12 onzas. Esta capacidad de producción se posiciona como la más común entre la mayoría de los participantes en la muestra, lo cual indica que los emprendimientos se enfocan en un nicho de mercado específico. Además, se destaca que solo tres emprendimientos están contribuyendo al crecimiento del mercado. Cabe mencionar que un negocio de cerveza artesanal produce a mayor escala, (la Cerveza LA20), que se destaca por producir y distribuir en volúmenes significativamente mayores asociado con una empresa estructurada y canales de ventas masivos en el entorno hondureño. Este panorama variado puede influir en la dinámica competitiva y en la posición de mercado de los diferentes emprendimientos de la cervecera artesanal.

Con respecto a la pregunta; 66) ¿En qué nivel se encuentra su negocio en cuanto al equipo o tecnología para el llenado de cerveza artesanal? del 1 al 5 (siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto), los resultados reflejan que:

Gráfica 10 Nivel de equipo o tecnología de acuerdo al llenado de cerveza



Fuente: Construcción Propia

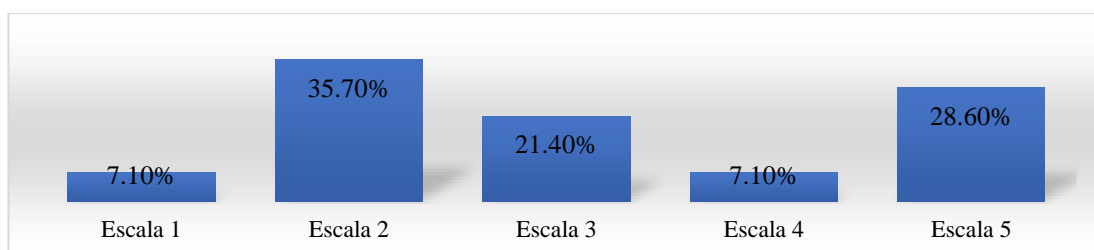
Para el sector cervecero artesanal según los resultados obtenidos, los mismos demuestran que este sector no les da mucha importancia a los aspectos relacionados a temas de tecnología, tienen una percepción distorsionada con el concepto, creen que por ser artesanal es precisamente

porque no involucran tecnología en sus procesos. En tal sentido, el sector se encuentra con niveles del 1 (21.4%), 2 (28%), 3 (14.3) y el 5 (7.1%), este proceso es de suma importancia debido a que ciertos factores como la consistencia de llenado o barriles juegan un papel fundamental así garantizar un producto estándar y evitar variaciones no deseadas en el contenido, así incrementando la rentabilidad, así mismo preservar la cerveza artesanal del oxígeno para conservar la frescura y el sabor evitando la contaminación e impurezas, la estandarización permite llevar un mayor control de presión y temperatura y contribuir al éxito del proceso.

Al consultar a los emprendimientos cerveceros (67) ¿En qué nivel se encuentra su negocio en cuanto al envasado de cerveza artesanal? del 1 al 5 (siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto), los resultados del instrumento muestran:

Según los datos obtenidos el promedio es de un 70%, señalando un nivel intermedio en la capacidad de envasado, lo cual representa que la mayoría de los emprendimientos realizan un envasado de manera artesanal y no involucran aspectos como la tecnología. Profundizando más en los resultados se observa que el nivel 1 constituye el 7.1% de las respuestas, reflejando una minoría que identifica áreas de mejora significativa. El nivel 3, representando el 21.4%, sugiere un grupo sustancial que se encuentra en una posición intermedia, mientras que el nivel 4 y 5, con un 7.1% y un 28.6% respectivamente, indican que los emprendimientos han alcanzado niveles superiores en sus prácticas de envasado, ver gráfico 11

Gráfica 11 Nivel de equipo o tecnología de acuerdo al llenado de cerveza



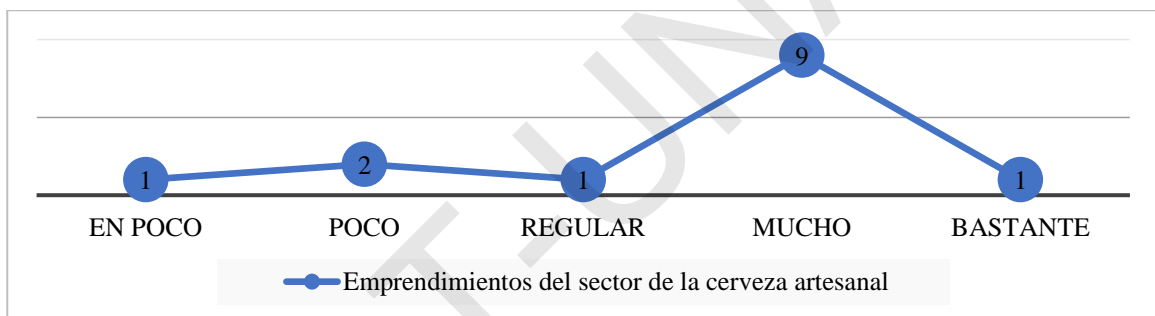
Fuente: Construcción Propia

Estos resultados proporcionan una visión integral de la capacidad actual en el sector, permitiendo identificar áreas de oportunidad y buenas prácticas para el mejoramiento continuo en el proceso de envasado de cerveza artesanal. El envasado tiene un efecto en la calidad del producto y eficiencia operativa, así mismo, como en el cumplimiento de las normativas y estándares de calidad y seguridad necesarias en el sector.

Indicador costos de producción

Al consultarle a los negocios cerveceros artesanales 14) ¿En qué medida pueden incrementar sus costos al aplicar nuevas técnicas de producción?, estos contestaron que;

Gráfica 12 Incremento de costos al aplicar nuevas técnicas de producción



Fuente: Construcción Propia

La implementación de estas nuevas técnicas de producción (estandarización, automatización, sistemas) puede implicar el aumento de los costos como ser la inversión, nueva maquinaria y capacitación del recurso humano, lo cual requiere una fuente de financiamiento (acceso, garantías), crecimiento en el mercado o solidez del emprendimiento. Este aspecto se posiciona como el segundo obstáculo más relevante para los emprendimientos cerveceros al momento de promover una cerveza, y su incidencia se ve influenciada por el acceso a crédito o la disponibilidad de recursos.

Es importante señalar que un negocio de cerveza artesanal no considera un aumento en los costos. Asimismo, existe un negocio que opera a escala. Por otro lado, un emprendimiento

considera una escala alta con una calificación de 5, lo que puede implicar un mayor grado de acceso a financiamiento. En este contexto, los ecosistemas colaborativos surgen como una posible solución al permitir la transferencia de tecnología o métodos de procesos que pueden ser mejorados o innovados.

Las nuevas técnicas de producción pueden implicar en inversiones de equipos de naturaleza especializada los cuales representan un incremento de costos significativos o gastos adicionales en capacitación y tiempo, cambiar de métodos de producción también pueden afectar en la rentabilidad del negocio y la adaptación e modificación de procesos, así como el riesgo de afectar la calidad continua y problemas operativos. Sin embargo, cabe destacar que innovar en nuevas técnicas de producción en un periodo de largo plazo puede convertirse en beneficios y mejora de la eficiencia.

Indicador Calidad

Al consultar; 50) ¿En qué áreas tiene estándares de calidad definidos?, la recopilación de datos revela

Cuadro 12 Áreas tiene estándares de calidad definidos

Opciones	Respuestas
Ninguno	4
Adquisición de materia prima	8
Producción	1
Logística	1
Distribución	0
Ventas	0
Servicio al cliente	0

Fuente: Construcción Propia

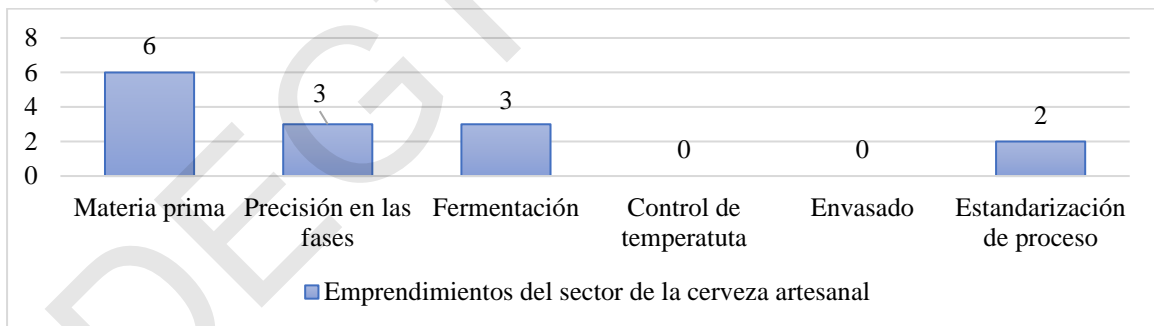
Un 78% de los emprendimientos en el sector de la cerveza artesanal aplican estandarización de calidad, especialmente en las áreas de producción. Se destaca que dos emprendimientos han definido estándares de calidad específicos en la adquisición de materia prima, mientras que uno se

enfoca en establecer estándares de calidad en el proceso de ventas. Esta orientación hacia estándares de calidad se percibe como un factor clave de diferenciación en comparación con otros sectores.

No obstante, es importante señalar que existe una oportunidad de mejora identificada en áreas cruciales como logística, distribución y servicio al cliente, donde aún no se han establecido estándares de calidad definidos. La implementación de estándares de calidad en estas áreas podría no solo mejorar la eficiencia operativa, sino también elevar la satisfacción del cliente, contribuyendo así a la excelencia general en la cadena de valor de los emprendimientos cerveceros artesanales.

Con respecto a; 77) ¿Cuál es el factor clave en el proceso de elaboración de la cerveza artesanal que considera más críticos para lograr la calidad y el sabor deseados en su cerveza artesanal?, se destaca las respuestas siguientes:

Gráfica 13 Factores críticos al momento de producción del sector de cerveza artesanal



Fuente: Construcción Propia

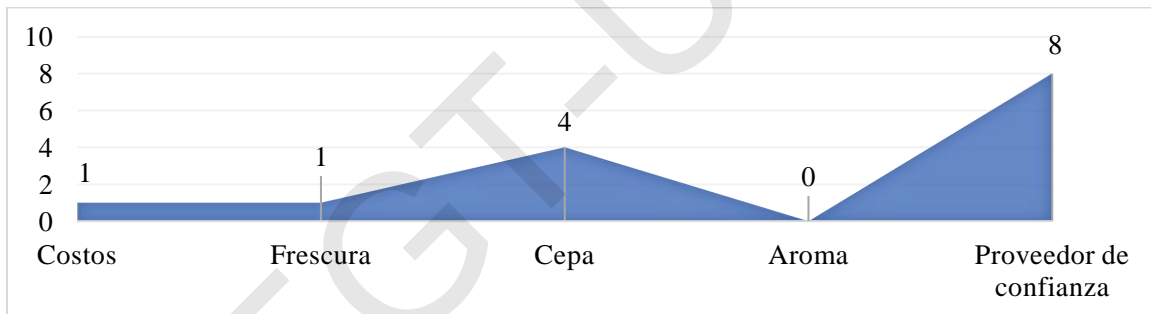
Los datos evidencian que el 42% considera que la materia prima es crítica para lograr la diferenciación y la calidad deseada en su cerveza artesanal. La conexión entre la materia prima y elementos limitantes como proveedores extranjeros y los impuestos de importación destaca la complejidad de garantizar la disponibilidad y calidad de los insumos necesarios. Además, se mencionan los costos de materia que están influenciados por los volúmenes de compras, lo que

destaca la importancia del aspecto económico en la producción de cerveza artesanal y ecosistemas colaborativos.

Esto implica que, mientras que la materia prima se percibe como crítica, hay diversidad de opiniones sobre otros factores que podrían contribuir a la calidad y sabor de la cerveza artesanal. La mención de procesos de fermentación, precisión en las fases y estandarización de procesos resalta la atención a la fase de producción y la importancia de mantener estándares rigurosos para garantizar la coherencia en el producto final.

Al consultar sobre 76) ¿Cómo selecciona sus materias primas, como malta, lúpulo y levadura, para garantizar la calidad y consistencia de tus cervezas artesanales?, los datos muestran que:

Gráfica 14 Factores de selección de materia prima del sector de cerveza artesanal



Fuente: Construcción Propia

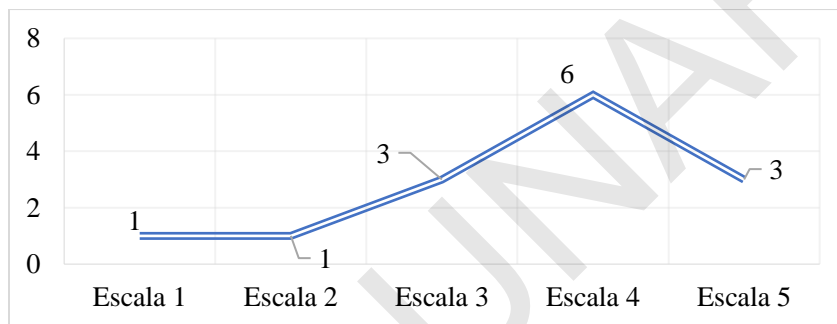
La respuesta más frecuente en selección de materia prima fue asociada a los proveedores de confianza el cual fue de 57%. Este resultado sugiere que existe un énfasis considerable en la confiabilidad de los proveedores como un criterio clave para garantizar la calidad de las cervezas artesanales. A su vez se destaca la respuesta de la selección de materia prima basada en cepas, señalando posiblemente un énfasis en la elección específica de levaduras para lograr perfiles de sabor distintivos. En resumen, la preferencia por seleccionar materias primas a través de los

proveedores de confianza resaltan la importancia de establecer relaciones sólidas y seguras en la cadena de suministro de la cerveza artesanal, así como ecosistemas colaborativos.

Indicador mejora continua

Al consultar que; 39) Evalúe la aplicación de mejora continua e innovación de su emprendimiento de la cerveza artesanal (siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto), se obtuvo como resulta:

Gráfica 15 Nivel de aplicación de mejora continua e innovación del sector de cerveza artesanal

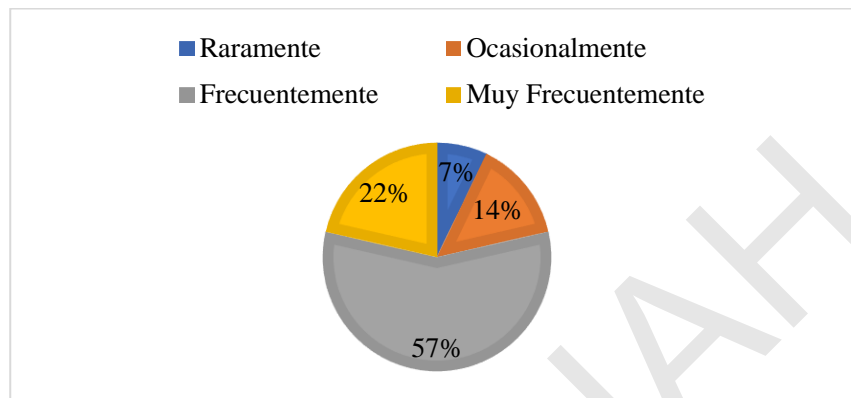


Fuente: Construcción Propia

Según el análisis más la interpretación se muestra que el sector tiene un interés en la aplicación de mejora continua, siendo un 21% que aplican de manera alta la mejora continua esto crucial destacando que el sector centra su diferenciación en la calidad, el cual se puede deber a la estandarización en procesos de fabricación y al aplicar las mejoras constante le permite al sector explorar nuevos métodos o técnicas con el fin de alcanzar una eficiencia operativas y reducción de desperdicios, esto obtiene beneficios en dos vías; ambiental y rentabilidad, a su vez le permite generar competitividad y un ciclo de retroalimentación. Cabe destacar que el 28% no implementa de manera consistente la mejora continua e innovación lo que puede reflejar diversos factores como ser aplicación de tecnología (software, equipo), financiamiento (inversión para optimización e innovación), definición de estándares en sus procesos.

Con respecto a la pregunta 49) ¿Con qué frecuencia implementa la mejora continua en sus procesos de producción de cerveza artesanal?, la recolección de datos permitió conocer:

Gráfica 16 Nivel de frecuencia en implementación de mejora continua en la producción del sector de cerveza artesanal



Fuente: Construcción Propia

Se evidencia que el 21% tiene un nivel bajo de implementación de mejora continua que puede deberse a que trabajan de forma empírica o desconocen la importancia del tema de mejora continua, a su vez tiene relación al acceso a recurso financiero para aplicar métodos de esta naturaleza que le permitan tener control. Un 79% del sector cervecero artesanal tiene claro que para ser competitivo en los mercados nacionales como internacionales va a depender mucho de los procesos de mejora continua, y esta mejora puede hacerse desde diferentes enfoques, un negocio puede aplicar mejora continua a sus procesos de producción, de entrega, logística, acarreo de materias primas etcétera. La mejora continua no es un acto aislado en el tiempo, debe ser parte de la cultura diaria de las empresas y en este caso de los emprendimientos cerveceros artesanales.

51) Al evaluar los procesos de verificación para detectar oportunidad de mejora en procesos de la producción de cerveza artesanal del 1 al 5, (siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto), los datos muestran:

Cuadro 13 Evaluación para detectar oportunidad de mejora en procesos de la producción de cerveza artesanal

Opciones	Respuestas
Nivel 1	0%
Nivel 2	7%
Nivel 3	42%
Nivel 4	29%
Nivel 5	22%

Fuente: Construcción Propia

Se observa que este aspecto es considerado de relevante por la mayoría de los actores en el sector cervecero siendo una tendencia media alta, cabe recalcar que existe una relación con la frecuencia que se aplica la mejora continúa teniendo tendencias altas en el sector, sin embargo el 42% no detecta la oportunidad de mejorar de manera frecuente y un 49% que no identifican la oportunidad de mejora en sus procesos.

Estos indicadores respaldan la percepción general de la importancia asignada a la detección de oportunidades para mejorar, en el contexto del sector cervecero artesanal hondureño. Por supuesto que el aprovechar las oportunidades de mejora dependerá primero de detectar las mismas y, es esta la habilidad que deben tener los líderes de los emprendimientos de cerveza artesanal.

Con respecto a la pregunta; 52) ¿Cuál es su nivel de acciones correctivas que toma para abordar las áreas con oportunidad de mejora? del 1 al 5: (siendo 1 lo más bajo y 5 lo más bajo alto), el instrumento arrojó lo siguiente:

Cuadro 14 Nivel de acciones correctivas del sector de cerveza artesanal

Opciones	Respuestas
Nivel 1	0%
Nivel 2	7%
Nivel 3	14%
Nivel 4	50%
Nivel 5	29%

Fuente: Construcción Propia

La eficacia de la gestión se evalúa directamente a través de las habilidades exhibidas en la toma de decisiones y la implementación de acciones correctivas en el ámbito organizacional o empresarial. Los datos recopilados revelan que el sector cervecero artesanal posee estas habilidades, ya que, en una escala del uno al cinco, su capacidad para abordar temas críticos y llevar a cabo acciones correctivas pertinentes alcanza puntuaciones altas en una escala 4 del 50%.

La toma de decisión es de importancia vital y en este sector los dueños de los emprendimientos tienen una participación en los procesos sin embargo este punto óptimo puede ser afectado si no se logra identificar de forma eficiente la oportunidad de mejora desaprovechando dicha capacidad correctiva que en este caso el 21% no alcanzan una detección óptima de mejora con escalas de 1 -3 con porcentajes de 7% y 14%.

Al consultar sobre; 46) ¿Cuál es su nivel de reclamos por parte del consumidor a su cerveza artesanal? Del 1 al 5 (siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto), los resultados indican:

Cuadro 15 Nivel de reclamos del sector de la cerveza artesanal

Opciones	Respuestas
Nivel 1	79%
Nivel 2	14%
Nivel 3	7%
Nivel 4	0%
Nivel 5	0%

Fuente: Construcción Propia

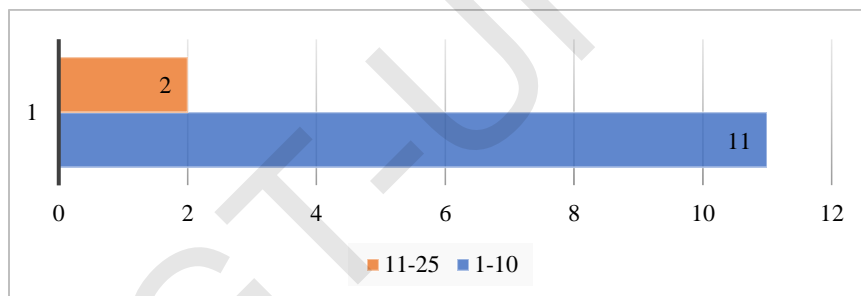
De acuerdo con el análisis más la interpretación, se ha identificado que el 79% de los negocios cerveceros artesanales se encuentran en un nivel bajo de reclamos por parte del consumidor cervecero. Este hallazgo sugiere que la mayoría de estos establecimientos no manifiestan un nivel elevado de reclamos. Esto puede asociarse con el énfasis en la calidad y la experiencia del consumidor dentro de la industria cervecera artesanal.

La baja frecuencia de reclamos está vinculada al enfoque en la calidad de la cerveza artesanal, cuyo mercado objetivo se concentra en un nicho específico compuesto por consumidores conocedores de la cerveza. Este grupo demográfico, caracterizado por ofrecer experiencia del cliente, puede estar más inclinado a comprender y valorar los atributos distintivos de la cerveza artesanal, esto se puede deber porque se consume en el local y la retroalimentación del cliente es directa y así dejando a sus clientes satisfechos.

Indicador Recurso humano

En la pregunta 32) ¿Cuántos empleos directos genera su negocio de emprendimiento de cerveza artesanal?, se destaca lo siguiente:

Gráfica 17 Empleos directos que genera el sector de la cerveza artesanal



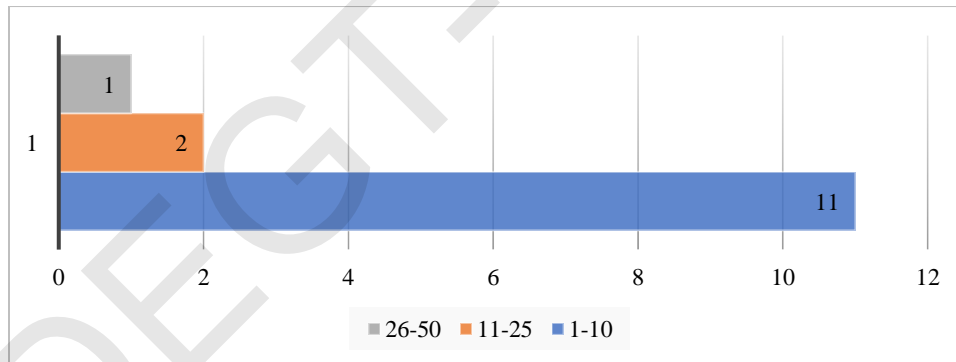
Fuente: Construcción Propia

El sector cervecero artesanal son pequeñas empresas que en su mayoría generan de uno a diez empleos y solo una minoría de ellas generan entre once y veinticinco empleos entre ellas la cervecería LA20. En tal sentido, siendo un sector que se presenta como un polo de desarrollo para la generación de empleos requiere de mejoras en sus capacidades técnicas y de nuevas tecnologías que les permitan ampliar sus plantas de producción y eso trae consigo más puestos de trabajo y por ende, más empleo. En el contexto hondureño donde uno de los más grandes desafíos es la generación de empleo, el sector cervecero artesanal tiene un potencial muy alto de crecimiento y por ende, convertirse en una respuesta para la población que requiere de empleos formales.

Al explorar la pregunta; 33) ¿Cuántos empleos indirectos genera su negocio de emprendimiento de cerveza artesanal?, se observa lo siguiente:

Los datos indican que la mayoría de las estimaciones sitúan la generación de empleo indirecto alrededor de diez entre ellos pueden ser en los sectores de limpieza, entrega, producción, proveedores. Además, se destaca la posibilidad de que el sector en el que opera su empresa podría tener un impacto aún más sustancial en la generación de empleos indirectos, si existiera una mayor articulación entre los distintos emprendimientos. Esta sinergia podría potenciar los beneficios económicos y laborales, llevando a una incidencia más alta en la creación de empleo por el sector y generación de ecosistemas colaborativos, para ello se requiere de una vinculación de los sectores tanto privados como gubernamentales para que unidos potencialicen las generaciones de empleos indirectos a partir de estos emprendimientos cerveceros. Ver gráfico 18

Gráfica 18 Empleos indirectos que genera el sector de la cerveza artesanal



Fuente: Construcción Propia

Al solicitar a los cerveceros artesanales que; 37) evalúen el nivel de liderazgo interno en su negocio de cerveza artesanal, dio como resultado:

Cuadro 16 Nivel de liderazgo del sector de cerveza artesanal

Opciones	Respuestas
Escala 1; No existe, no tiene cumplimiento de elementos o existe, pero no tiene ningún grado de aplicación, No aplica	2

Escala 2; existe en menor grado con oportunidad de mejora, tiene aplicación parcial o sólo en ciertos sectores de la empresa	4
Escala 3; se aplica en toda la empresa de manera puntual, no tiene ningún grado de supervisión	3
Escala 4; se aplica de manera permanente en la empresa y tiene supervisión sistemática	4
Escala 5; se aplica en toda la empresa, tiene supervisión sistemática y mejora continua con innovación	1

Fuente: Construcción Propia

El liderazgo emerge como un componente esencial en la dinámica de cualquier organización, desempeñando un papel fundamental en el proceso de toma de decisiones. En el ámbito de los negocios de cerveza artesanal, el análisis de datos recopilados revela la presencia sistemática de esta práctica en estas empresas. Sin embargo, es relevante señalar que hay un segmento de negocios encuestados que aún no adopta plenamente este concepto de liderazgo.

Un 28% de las empresas encuestadas implementa el liderazgo de manera constante, respaldado por una supervisión sistemática. Por otro lado, otro 28% indica que la aplicación del liderazgo es menos evidente, lo que sugiere que en este sector existe margen de mejora en cuanto a la implementación de prácticas de liderazgo, ya sea de forma parcial o limitada a ciertos sectores de la empresa. Este hallazgo sugiere una oportunidad para fortalecer y expandir las estrategias de liderazgo interno en el sector de la cerveza artesanal, posiblemente mejorando la eficacia y cohesión organizativa.

Al pedir que se; 42) Evalúe el nivel de trabajo en equipo, se encontró:

Cuadro 17 Nivel de trabajo en equipo del sector de la cerveza artesanal

Opciones	Respuestas
Escala 1; No existe, no tiene cumplimiento de elementos o existe, pero no tiene ningún grado de aplicación, No aplica	1
Escala 2; existe en menor grado con oportunidad de mejora, tiene aplicación parcial o sólo en ciertos sectores de la empresa	0
Escala 3; se aplica en toda la empresa de manera puntual, no tiene ningún grado de supervisión	4
Escala 4; se aplica de manera permanente en la empresa y tiene supervisión sistemática	4
Escala 5; se aplica en toda la empresa, tiene supervisión sistemática y mejora continua con innovación	5

Fuente: Construcción Propia

En el contexto de los emprendimientos de cerveza artesanal objeto de investigación, la práctica del trabajo en equipo se extiende de manera integral a todos los niveles organizativos. La razón subyacente radica en que el éxito operativo de estas empresas depende significativamente de la colaboración efectiva entre los miembros de la organización para la consecución de metas y objetivos.

Dentro de este escenario, el sector se sitúa predominantemente en las últimas tres escalas predominando la aplicación aplica en toda la empresa, tiene supervisión sistemática y mejora continua con innovación. Estos resultados reflejan una evaluación positiva y sólida de los aspectos relacionados con la colaboración y el trabajo conjunto en el entorno de las cervecerías artesanales, descartando cualquier tipo de problemática en este aspecto.

De la evaluación; 41) Evalúe el nivel de motivación de sus colaboradores del 1 al 5 (siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto), se evidencio lo siguiente:

Cuadro 18 Nivel de motivación de sus colaboradores del sector de cerveza artesanal

Opciones	Respuestas
Escala 1; No existe, no tiene cumplimiento de elementos o existe, pero no tiene ningún grado de aplicación, No aplica	1
Escala 2; existe en menor grado con oportunidad de mejora, tiene aplicación parcial o sólo en ciertos sectores de la empresa	0
Escala 3; se aplica en toda la empresa de manera puntual, no tiene ningún grado de supervisión	4
Escala 4; se aplica de manera permanente en la empresa y tiene supervisión sistemática	4
Escala 5; se aplica en toda la empresa, tiene supervisión sistemática y mejora continua con innovación	5

Fuente: Construcción Propia

Los datos revelan un nivel de motivación positiva entre el personal empleado en el sector de la cerveza artesanal, lo cual reviste una gran importancia para el éxito empresarial. La motivación del recurso humano es fundamental para alcanzar los objetivos establecidos por la gerencia. Estos indicadores muestran la coherencia y la tendencia general hacia niveles elevados de motivación en el personal del sector de la cerveza artesanal, lo cual constituye un aspecto

positivo para la gestión y el rendimiento empresarial, se sabe que la motivación es de carácter multifactorial y que las empresas deben tener un constante y minucioso cuidado en este tema.

Indicador de conocimiento técnicas

Al realizar la evaluación; 38) Evalúe el nivel de sus habilidades técnicas para innovar constantemente, se obtuvo como resultado:

Cuadro 19 Nivel de habilidades técnicas para innovar constantemente del sector de cerveza artesanal

Opciones	Respuestas
Escala 1; No existe, no tiene cumplimiento de elementos o existe, pero no tiene ningún grado de aplicación, No aplica	2
Escala 2; existe en menor grado con oportunidad de mejora, tiene aplicación parcial o sólo en ciertos sectores de la empresa	1
Escala 3; se aplica en toda la empresa de manera puntual, no tiene ningún grado de supervisión	4
Escala 4; se aplica de manera permanente en la empresa y tiene supervisión sistemática	5
Escala 5; se aplica en toda la empresa, tiene supervisión sistemática y mejora continua con innovación	2

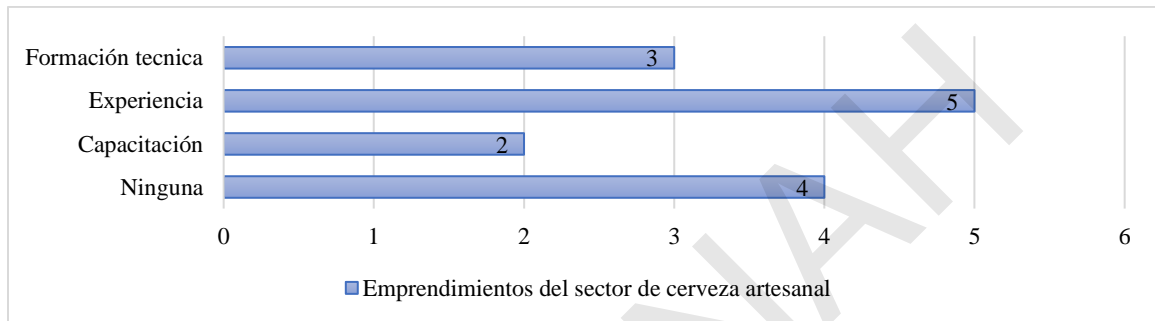
Fuente: Construcción Propia

En este contexto, se indagó en el sector dedicado a la producción de cerveza artesanal acerca de sus competencias técnicas para fomentar la innovación, la innovación se ha erigido como un elemento ineludible para las empresas y negocios que aspiran a consolidar su presencia tanto en mercados nacionales como internacionales. El gráfico evidencia que estas empresas son conscientes de la necesidad de integrar la innovación de manera continua y sostenida en sus estrategias y que de manera permanente están capacitando a su recurso humano para un mejor aprovechamiento de su talento. En tal sentido, en toda industria o sector productivo se requiere de habilidades técnicas y profesionales para tener mejores niveles de rendimientos productivos en este campo el sector cervecero artesanal hondureño tiene plena conciencia de esa importancia. Cabe destacar que existen 3 empresas que no podrán innovar fácilmente debido a sus habilidades

técnicas, sin embargo en otro extremo existen 2 empresas que evidencian alto grado de innovación y que enfocan esfuerzos en temas de capacitación de las habilidades técnicas.

Referente a la pregunta; 61) ¿Cuáles de las siguientes opciones de restricciones de conocimiento tiene para la producción de cerveza artesanal?, se evidencia que:

Gráfica 19 Restricciones de conocimiento del sector de cerveza artesanal



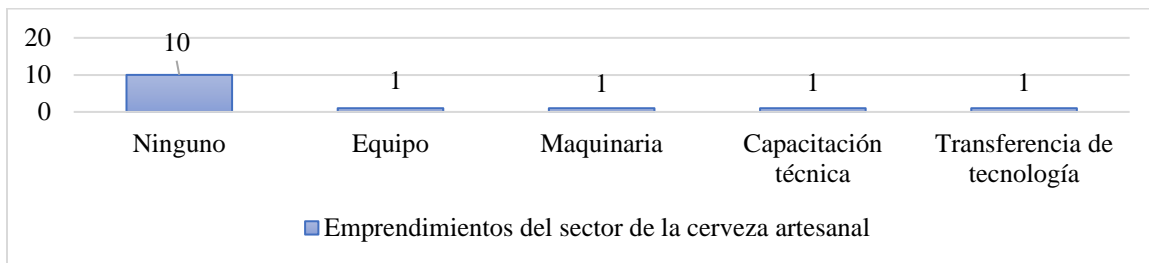
Fuente: Construcción Propia

Este hallazgo identifica que la mayor restricción de conocimiento en los 14 emprendimientos cerveceros es la experiencia con un total de 5 negocios que puede estar relacionados a negocios nuevos en el sector, cabe destacar que 4 de los emprendimientos no poseen ningún tipo de restricción y puede tener relación a negocios sólidos o con experiencia en el mercado los cuales no tienen este tipo de limitación que les permite realizar diferentes combinaciones tanto teóricas como de recursos para lograr la optimización entre el conocimiento y la práctica, desde otro punto 3 de los negocios tienen la oportunidad de mejora de incrementar su formación técnica esto puede deberse a que sus emprendimientos fabrican su cerveza de forma empírico en su fabricación o con recetas de acceso público, este mismo está relacionado a la población que indica como una restricción su capacitación.

Indicador de Procesos

Al consultar 30) ¿Cuál es el tipo de colaboración que ha recibido para mejorar sus operaciones en su negocio de cerveza artesanal?

Gráfica 20 Colaboraciones para mejorar operaciones del sector de cerveza artesanal

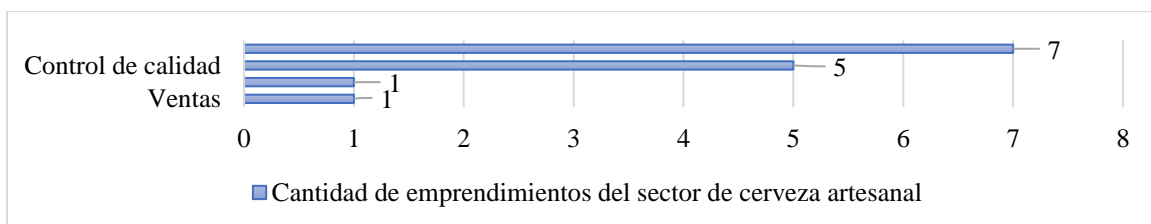


Fuente: Construcción Propia

Los datos muestran que 10 de 14 emprendimiento de la cerveza artesanal en Honduras no se han beneficiado de transferencia de tecnología, transferencia de conocimiento y transferencia de recursos y casi de ningún tipo esto se puede deber a que no existen alianzas colaborativas o no hay interés de parte del sector o instituciones externas al sector, sin embargo, existe 4 que si tuvieron colaboración un porcentaje similar con los que tuvieron procesos de pre incubación e incubación el cual les puede permitir optimizar procesos, tiempos y consolidar la calidad. En este sentido, se puede ver una oportunidad enorme de mejora para los emprendimientos cerveceros, respecto a la búsqueda para hacer alianzas con distintos sectores que tengan algún tipo de vinculación con dicho sector. Por supuesto que, esto tiene que ver con los ecosistemas colaborativos que es una tendencia en la actualidad en diferentes sectores y de las cuales estas pequeñas empresas pueden beneficiarse.

Referente a la pregunta 48) ¿Cuáles son los procesos que están estandarizados en su emprendimiento de cerveza artesanal?, se evidencia según los resultados recolectados:

Gráfica 21 Procesos que están estandarizados del sector de cerveza artesanal

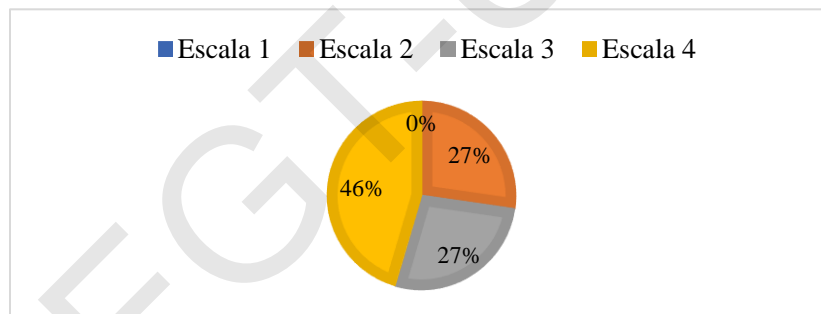


Fuente: Construcción Propia

Los datos sugieren que los procesos de estandarización en los emprendimientos de cerveza artesanal figuran en las opciones de fabricación y control de calidad. Sin embargo es importante recalcar que la oportunidad de mejora en estandarización de envasado y ventas, la importancia de estandarizar los puntos de venta puede aportar al inciso de experiencia del cliente de manera consistente para que cada consumidor tenga una experiencia similar, construir una imagen y eficiencia operativa así mismo lograr una estructura de venta para expandir su mercado e incursionar en los mercados masivos, en el caso de la estandarización del envasado aporta a la calidad, tiempos y sabor, no tenerlo presente en la estandarización se puede considerar a la falta de planificación estratégica.

Al indagar al sector de cerveza artesanal; 45) Evalúe sus procesos para lograr la Satisfacción del cliente, se evidencio:

Gráfica 22 Nivel de procesos para lograr la Satisfacción del cliente



Fuente: Construcción Propia

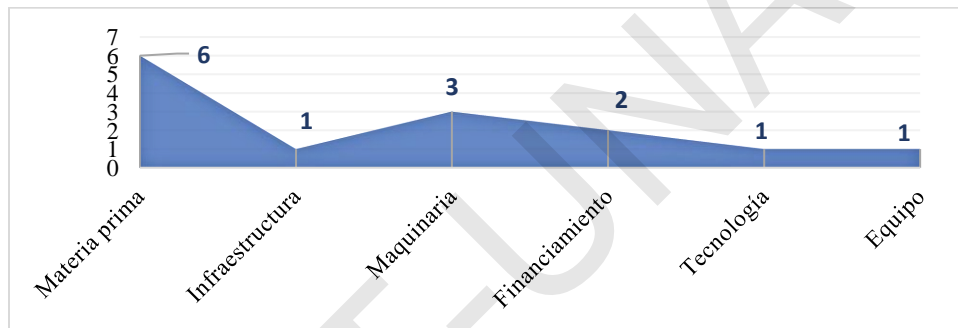
Dada la naturaleza de este producto como bien de consumo masivo, resulta imperativo llevar a cabo controles continuos de satisfacción al cliente, ya que cualquier descuido en este aspecto podría tener repercusiones negativas en la imagen del negocio orientado a un sector que se apega a la experiencia del cliente y calidad como factores de diferenciación al momento de competir. Estos resultados proporcionan una visión más precisa de la satisfacción del cliente en el contexto de los negocios cerveceros, los cuales un 46% se subrayan a la escala 4 (se aplica de manera permanente en la empresa y tiene supervisión sistemática) esto a la importancia de

mantener estándares elevados en satisfacción al cliente para preservar la reputación, la lealtad de los clientes y el éxito a largo plazo de los negocios, sin embargo un 27% escala 3 no tiene o están mal definidos sus procesos de satisfacción al cliente esto se puede deber a nuevos/informales emprendimientos que no están consolidados en su estructura.

Indicador Cuellos de botellas

Al considerar la pregunta 53) ¿Cuáles de las siguientes opciones considera que limita su producción?, producto de la recolección de datos se evidencia que:

Gráfica 23 Limitaciones de producción del sector de cerveza artesanal



Fuente: Construcción Propia

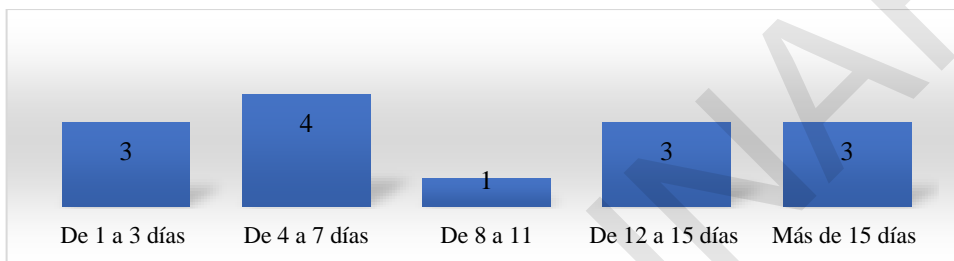
Los datos estadísticos revelan que la respuesta "materia prima" no solo figura como uno de los principales obstáculos, sino también como un significativo "cuello de botella" para la producción. Desde la perspectiva de Schumpeter, la búsqueda constante de nuevas fuentes de suministro se presenta como esencial para el desarrollo de emprendimientos innovadores. En el caso específico de estos emprendimientos, la limitación asociada con la materia prima se manifiesta en la dependencia de proveedores extranjeros, así como en los elevados costos vinculados a compras en escala menor. Mejorar los procesos de adquisición de materia prima se erige como una oportunidad clave para incrementar tanto la producción como la rentabilidad.

Es crucial destacar que la maquinaria asociada a la producción a gran escala también representa un obstáculo significativo, requiriendo un financiamiento sustancial para mejorar

aspectos relacionados con equipo, tecnología, infraestructura y la ampliación de la captación de materia prima. La superación de estos desafíos no sólo impulsará la capacidad productiva, sino que también fortalecerá la posición financiera y competitiva de los emprendimientos en el mercado.

Referente a la; 57) evaluación del nivel de demora que tiene al fabricar un lote de cerveza artesanal, se obtuvo las siguientes respuestas:

Gráfica 24 Nivel de demora en la producción del sector de cerveza artesanal



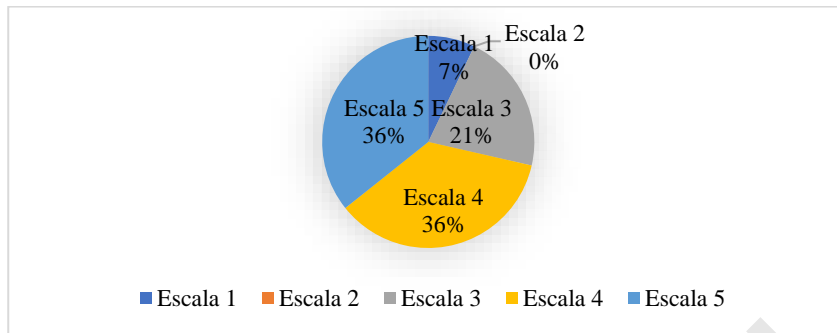
Fuente: Construcción Propia

Según los datos el 28% de las demoras es de 4-7 días en la fabricación de lotes de cerveza. La demora en este proceso puede atribuirse a diversos factores en el contexto creativo inherente al desarrollo de recetas y pruebas piloto para la creación de nuevos estilos de cerveza. Además, esta demora puede resultar de una combinación de elementos administrativos, técnicos y comerciales que requieren tiempo y esfuerzo para ser superados. Factores tales como la falta de maquinaria, materia prima, averías, mantenimiento, mercadeo, ventas y tecnología o la automatización de procesos también pueden contribuir a este retraso en la fabricación de lotes de cerveza.

Indicador Materia prima

Sobre 17) ¿Qué grado de dificultad existe en la búsqueda nuevas fuentes de materia prima en el sector de la cerveza arsenal? del 1 al 5 (siendo 1 lo más bajo y 5 puntos lo más alto). Se obtuvo las siguientes respuestas:

Gráfica 25 Grado de dificultad en la búsqueda de proveedores de materia prima

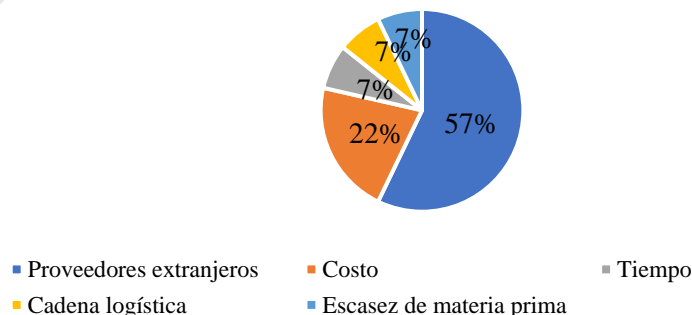


Fuente: Construcción Propia

Los participantes perciben un nivel de dificultad de moderada a alto en cuanto a la búsqueda de nuevos proveedores de materias primas. En tal sentido, para la mayoría es esto considerado como un desafío en un nivel medio-alto que tienen que afrontar. Estos resultados subrayan la importancia de abordar estratégicamente la búsqueda de nuevas fuentes de materia prima en el sector. En resumen, el 35% del sector considera que la búsqueda de nuevas fuentes de materia prima tiene un grado de dificultad elevado y se puede relacionar a factores de proveedores extranjeros, disponibilidad de materia prima y aranceles entre las principales causas de obstáculo.

Al consultar a los emprendimientos del sector cervecero; 18) ¿Cuál de los siguientes desafíos influyen en la decisión de buscar nuevas fuentes para la materia prima?

Gráfica 26 Desafíos en la búsqueda de nuevas fuentes de materia prima

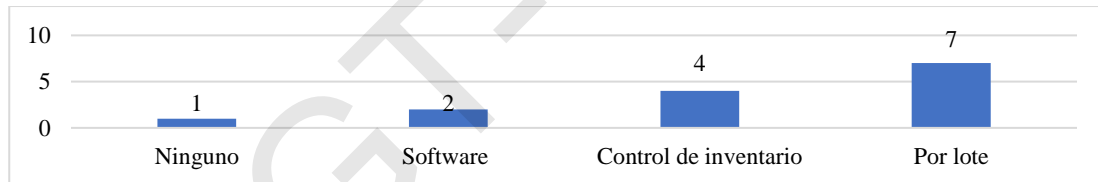


Fuente: Construcción Propia

Lo resultado analizados arrojan que los proveedores extranjeros pueden afectar en la búsqueda de las nuevas fuentes de las materias primas por diversos factores como ser; los costos fluctuantes de la conversión de la moneda o incremento del valor del combustible que afecta de forma directa dependiendo de la ubicación geográfica, disponibilidad limitada de la materia prima debido a su grado de frescura, las regulaciones, barreras comerciales como los aranceles, impuestos, todo lo anterior representando un riesgo para encontrar el equilibrio de la calidad de materia prima, aspectos económicos y logísticos, además de los conflictos bélicos que existen en el mundo. Este factor según la teoría de Schumpeter representa un grado de importancia elevado para lograr alcanzar la innovación.

Se consultó; 54) ¿Cómo realiza su gestión de inventario y materia prima en su emprendimiento cervecero?, los resultados obtenidos muestran:

Gráfica 27 Gestión de inventario y materia del sector de la cerveza artesanal



Fuente: Construcción Propia

El análisis de datos señala que aproximadamente la mitad de los emprendimientos en el sector cervecero artesanal prefieren gestionar sus inventarios mediante la agrupación de inventario por lotes, mostrando una marcada preferencia por métodos manuales en lugar de aprovechar las ventajas de la automatización a través del uso de software.

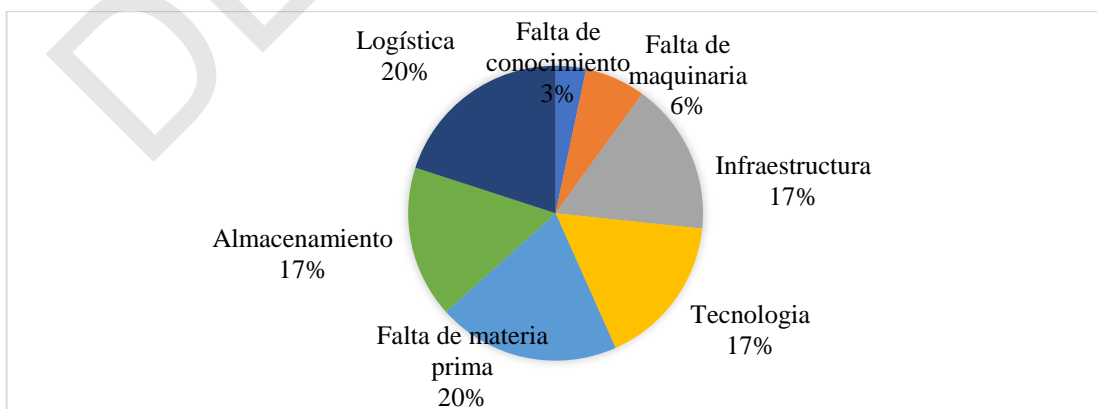
Esta elección revela una percepción subestimada del potencial que posee el software para optimizar procesos, control de inventario y seguimiento del lote, esto puede resultar en incrementar la eficiencia productiva y generar mayores rendimientos. Este fenómeno también destaca la existencia de diversas metodologías de control de inventario entre los participantes del

estudio, incluyendo tanto el control manual como el empleo de software. Este panorama refleja una notable diversidad en enfoques y prácticas dentro del ámbito cervecero artesanal que depende de solidez del emprendimiento y recurso financiero, lo cual sugiere una adaptabilidad y flexibilidad característica de los emprendimientos en este sector.

La baja adopción de soluciones tecnológicas, como el software, podría derivar en oportunidades no aprovechadas para mejorar la gestión de inventarios y, por ende, la eficacia operativa de estos negocios. La implementación de herramientas tecnológicas no solo puede simplificar las tareas administrativas, sino también proporcionar información en tiempo real, facilitando la toma de decisiones estratégicas. En este sentido, la diversidad de estrategias de gestión de inventario observada podría ser una oportunidad para explorar nuevas prácticas que combinen lo mejor de ambos mundos; la experiencia manual y la eficiencia tecnológica.

Al consultar sobre; 74) ¿Cuáles son las principales dificultades que enfrenta en el procesamiento de la materia prima para la elaboración de cerveza artesanal?, Los resultados muestran:

Gráfica 28 Dificultades que enfrenta en el procesamiento de la materia prima del sector de la cerveza artesanal



Fuente: Construcción Propia

La falta de materia prima adecuada para la producción de la cerveza surge como la principal dificultad identificada por los participantes en general. Estos resultados están intrínsecamente relacionados con los hallazgos previos acerca de las limitaciones en la obtención de materia prima proveniente de proveedores extranjeros y los desafíos asociados a los impuestos de importación.

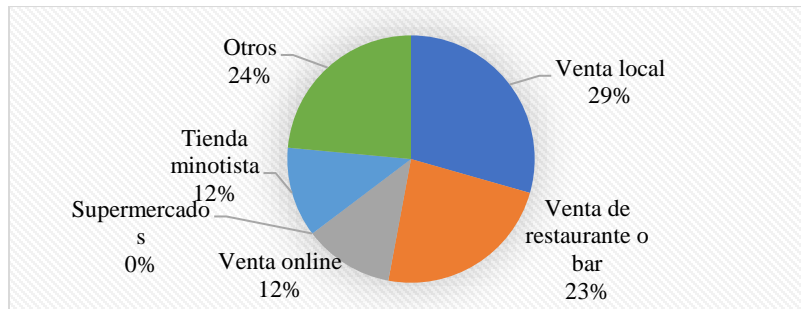
La carencia de materia prima adecuada se destaca como un elemento crucial que incide directamente en la disponibilidad y calidad de los insumos utilizados en la elaboración de cerveza artesanal este mismo como un factor que los emprendimientos consideran que les permite diferenciarse en un mercado competitivo a su vez como la experiencia al cliente, así como en la consideración de incrementar la producción. Esto sugiere que las dificultades específicas en el procesamiento de materia prima varían entre los emprendimientos de cerveza artesanal encuestados, dependiendo de circunstancias particulares.

El almacenamiento con un 17% evidencia un factor que juega un papel importante al momento de producir a escala en relación al almacenamiento, una dificultad significativa es la logística (transporte) de la materia prima y que está relacionada con la dificultad de la infraestructura, así como el uso de tecnología (software y maquinaria) para el procesamiento de la materia prima.

Indicador Canales de distribución

En cuanto a la pregunta; 79) ¿Cuáles de las siguientes opciones utiliza para distribuir su cerveza artesanal a los puntos de ventas?, el instrumento arrojó la siguiente información (ver gráfica):

Gráfica 29 Distribución del sector de cerveza artesanal



Fuente: Construcción Propia

El 29% asociado a la comercialización por venta local, especialmente a través de establecimientos propios donde se comercializa la cerveza artesanal. Este resultado sugiere que una parte significativa de los encuestados centra su estrategia de distribución en puntos de venta locales, como sus propios establecimientos, los datos tienden a concentrarse en la venta a restaurantes y bares en un 23%.

También, se destaca que los emprendimientos cerveceros pueden adoptar otras formas de distribución, como la venta por barril o la participación en eventos cerveceros. Este hallazgo sugiere que, aunque la venta local es predominante, existen oportunidades para diversificar las estrategias de distribución, explorando enfoques como la distribución a través de barriles o la participación en eventos cerveceros. Esta diversificación puede permitir a los emprendimientos llegar a nuevos mercados y ampliar su presencia en la industria de la cerveza artesanal.

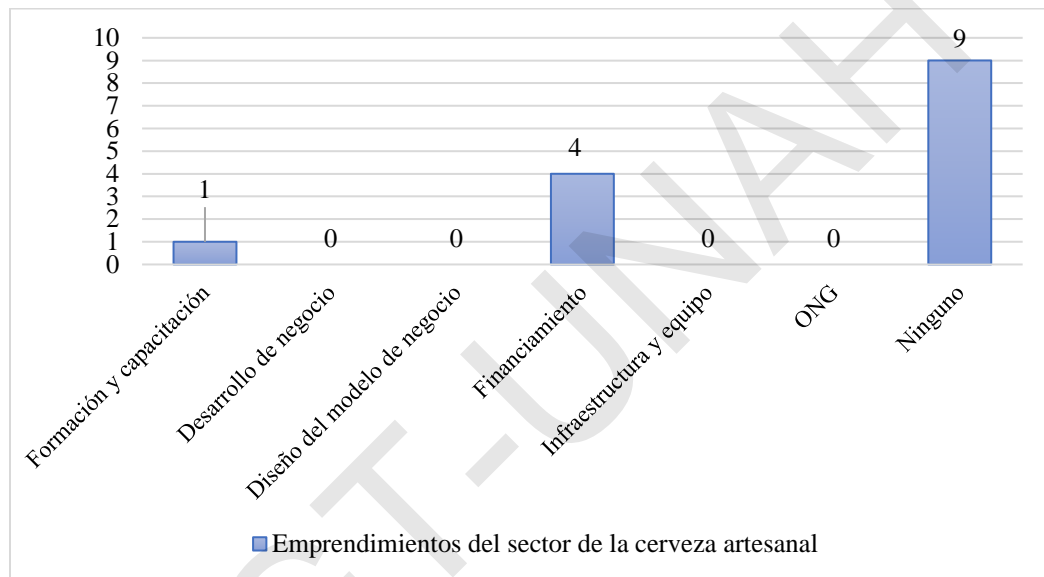
Indicadores Redes colaborativas

Al indagar a los emprendimientos de la cerveza artesanal referente a; 25) ¿Cuáles de las siguientes opciones referente a las colaboraciones ha recibido en su emprendimiento artesanal?, los datos muestran que:

El 64% no tiene ningún tipo de colaboración. Sin embargo, un 28% han recibido colaboración financiera posiblemente de los procesos de pre- incubación e incubación. Cabe resaltar que el 71% de emprendimientos no han logrado colaboraciones para mejorar sus

procesos, esto evidencia que no existen sistemas colaborativos que ofrezcan transferencia de conocimiento. Financiamiento, equipamiento, asistencia técnica y la capacitación que en resultados anteriores tenía una baja participación significativa, acceso a recursos como equipo, reducción de costos de importación de materia prima, reducción de riesgos e incursión a nuevos mercados. Ver gráfica 30:

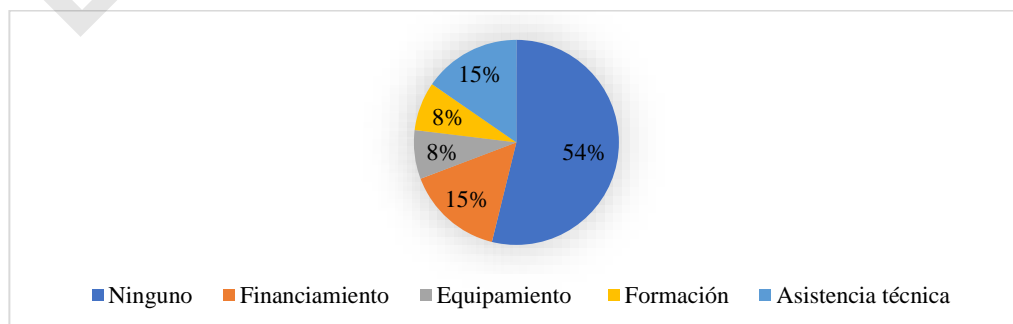
Gráfica 30 Colaboraciones recibidas al sector de cerveza artesanal



Fuente: Construcción Propia

Al preguntar 34) ¿Qué tipo de redes colaborativas existen entre negocios cerveceros artesanales?, los resultados indican:

Gráfica 31 Tipos de colaboraciones de sector de cerveza artesanal



Fuente: Construcción Propia

Este panorama sugiere que la colaboración entre estos negocios no está ampliamente establecida, ya que no se observa una tendencia clara hacia la cooperación en estos ámbitos.

La falta de un ecosistema colaborativo entre los emprendimientos cerveceros podría derivarse de diversas razones, como la competencia intensa, la falta de incentivos o la ausencia de plataformas que faciliten la interacción. Estos resultados plantean la oportunidad de explorar más a fondo las razones detrás de la falta de colaboración y la identificación de posibles estrategias para fomentarla en el sector de la cerveza artesanal. Cabe destacar que existen colaboraciones en el área de financiamiento el cual puede figurar los bancos, cooperativas, gobierno y terceros, el equipamiento que puede influir el gobierno o instituciones que participan en procesos de pre-incubación e incubación, así como la formación y asistencia técnicas.

En relación a la pregunta 26) ¿De qué naturaleza ha sido la entidad que ha proporcionado colaboración a su emprendimiento de la cerveza artesanal?

Cuadro 20 Entidades que proporcionan colaboraciones al sector de emprendimientos de la cerveza artesanal

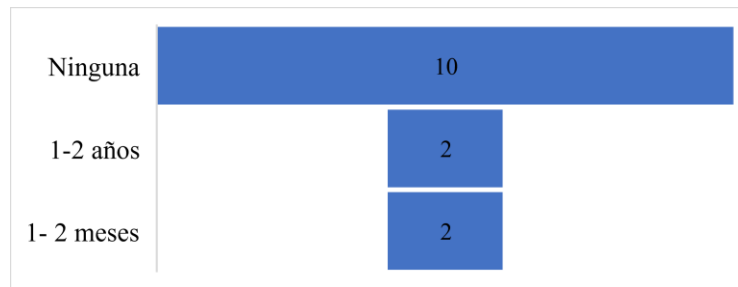
Opciones	Respuestas
Ninguna	8
Gubernamental	0
Privada	6
Inversiones de socios	0
ONG	0

Fuente: Construcción Propia

Los datos muestran que no existe ninguna colaboración siendo este un 58% de casos donde no se ha establecido ninguna. No obstante, resulta relevante señalar que en el 42% restante, se ha registrado alguna forma de colaboración, especialmente proveniente del sector privado y en la esfera financiera local o cooperativa. Este hallazgo sugiere que la participación del sector privado podría desempeñar un papel significativo en este contexto, planteando interrogantes valiosas sobre su influencia y contribución potencial en el panorama analizado.

Al preguntar, 27) ¿Cuánto tiempo recibió algún tipo de colaboración para su negocio?

Gráfica 32 Tiempo de colaboración al sector de cerveza artesanal



Fuente: Construcción Propia

Se destaca que un significativo 71% de los participantes reportó no haber experimentado ninguna forma de colaboración hasta el momento. Esta cifra guarda coherencia con otro hallazgo del 72% de los encuestados no ha participado en procesos formales de pre-incubación e incubación, subrayando la escasa participación en etapas clave de apoyo.

Además, se observa una notable variedad en la duración de las colaboraciones entre aquellos que sí han experimentado esta dinámica. Los intervalos abarcan desde colaboraciones relativamente breves, de 1 a 2 meses, hasta asociaciones más prolongadas que se extienden a lo largo de 1 a 2 años.

Al consultar la pregunta 35) ¿Con qué sector tiene colaboración su negocio de cerveza artesanal?

Gráfica 33 Sectores que tienen colaboración los emprendimientos de cerveza artesanal



Fuente: Construcción Propia

A pesar de estas respuestas diversificadas, persiste la coherencia con los resultados anteriores que apuntan a la escasez de ecosistemas colaborativos en el ámbito de los emprendimientos cerveceros artesanales. La vinculación predominante con el sector gastronómico y bares sugiere colaboraciones más específicas, con 12 emprendimientos centrados en la distribución y comercialización de los productos cerveceros.

La falta de colaboraciones más amplias con otros sectores presenta una oportunidad estratégica. Explorar vías de colaboración que vayan más allá de la esfera gastronómica podría ser clave para diversificar y fortalecer las alianzas. Identificar posibles sinergias con sectores como la agricultura (para el suministro de materias primas) o el financiamiento podría abrir la puerta a un desarrollo más integral y robusto de ecosistemas colaborativos en el ámbito de la cerveza artesanal que puede diseminar ciertos obstáculos para el crecimiento e incursión a nuevos mercados.

Indicador de Infraestructura

Al pedir que evalúen; 43) su nivel de infraestructura para la producción de cerveza artesanal del 1 al 5 (siendo 1 lo más bajo y 5 lo más bajo alta), se muestra:

Cuadro 21 Nivel de infraestructura para la producción de cerveza artesanal

Opciones	Respuestas
Nivel 1	0
Nivel 2	3
Nivel 3	5
Nivel 4	4
Nivel 5	2

Fuente: Construcción Propia

Se observa que la calificación promedio se sitúa en un nivel medio con escalas con mayor representación de 3-4. Este no solo arroja luz sobre la evaluación general, sino que también se convierte en una herramienta valiosa para identificar áreas específicas que podrían beneficiarse

de mejoras y fortalecimiento con un enfoque especial en el ámbito del almacenamiento esto permite la implementación de medidas concretas orientadas a elevar la capacidad de producción, lo cual se traduce en una posición mejorada para competir en el mercado masivo. En consecuencia, la gestión eficaz de la infraestructura se revela como un aspecto crucial para la competitividad y éxito sostenido en la industria.

Referente a la pregunta; 64) ¿En qué nivel se encuentra su negocio en cuanto a la maquinaria utilizada en la producción de cerveza? del 1 al 5 (siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto), este dio como resultados:

Cuadro 22 Nivel en cuanto a maquinaria para producción de cerveza artesanal

Opciones	Respuestas
Nivel 1	14%
Nivel 2	29%
Nivel 3	14%
Nivel 4	29%
Nivel 5	14%

Fuente: Construcción Propia

Las capacidades de producción en el ámbito de los negocios de cerveza artesanal no solo se ven determinadas por la presencia de mano de obra calificada o el acceso a materias primas, también desempeña un papel crucial la capacidad instalada, que abarca el equipo y la maquinaria. Esta variable emerge como un factor de gran relevancia en el éxito de este tipo de emprendimientos, ya que la calidad del equipamiento incide directamente en la productividad de los negocios.

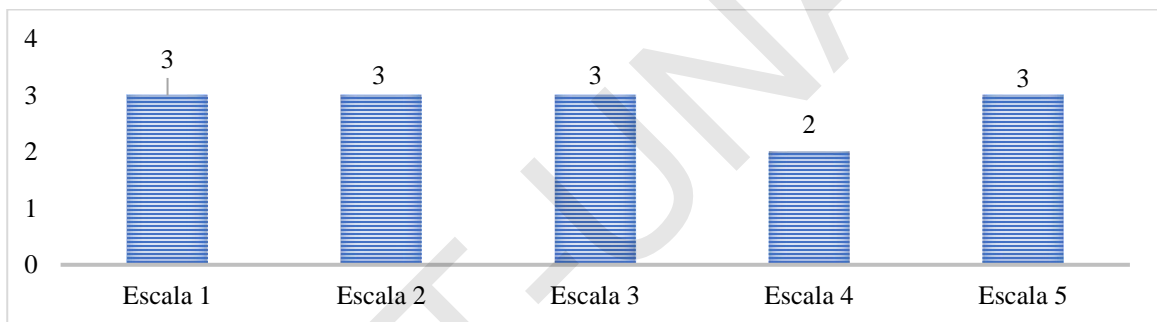
En este contexto, los datos recopilados indican de manera concluyente que el sector necesita, una inversión significativa en equipamiento para potenciar y optimizar sus operaciones de igual forma la tecnología y la automatización de proceso pueden permitir, aumentar su

competitividad a través de una mayor capacidad de producción. Estos resultados se pueden deber a la influencia de acceso a financiamiento y que los emprendimientos que evalúan en un nivel de 4-5 pueden ser a negocios consolidados, por consiguiente el 41% que se encuentran entre la escala 1-2 puede deberse a negocios empíricos y de nuevos en el mercado.

Indicador sustentabilidad

Al consultar, 47) ¿En qué nivel puede evaluar las actividades de responsabilidad social y ambiental que realiza?, se evidencia:

Gráfica 34 Nivel de actividades de responsabilidad social y ambiental del sector de cerveza artesanal



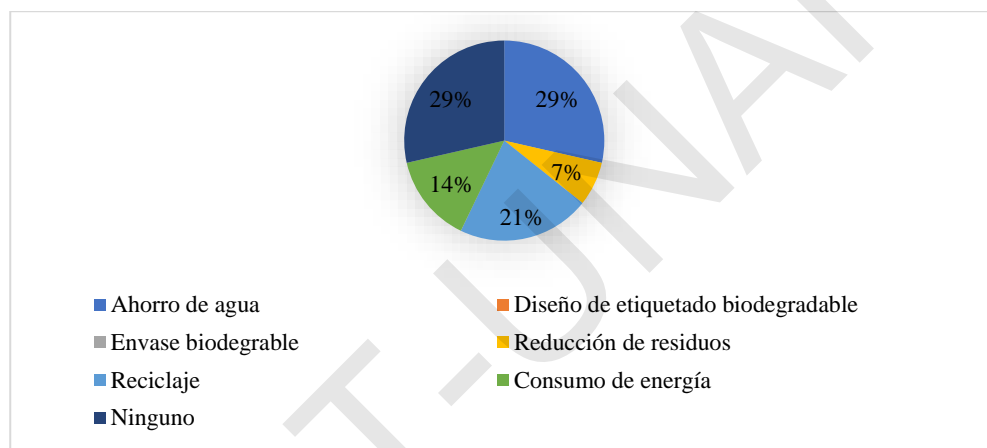
Fuente: Construcción Propia

La responsabilidad social ha emergido como un tema de gran relevancia en la actualidad, con empresas mostrando una creciente inclinación hacia consolidar su imagen ante los consumidores mediante la implementación de políticas comprometidas con diversos aspectos. Estas políticas abarcan desde la preservación del medio ambiente hasta la adopción de prácticas orientadas a una producción y consumo responsables. En este contexto, el análisis gráfico revela que los negocios de cerveza artesanal muestran una participación variada en iniciativas de responsabilidad social con un 42% en escala 1-2 que puede evidenciar los escasos de este tipo de actividades, esto puede deberse a requiere recursos económicos o que los procesos se realizan de forma empírica, un 35% realiza actividades de manera intermedia con escalas de 3-4 lo que puede

evidenciar actividades de manejo de agua o actividades de responsabilidad social, sin embargo 3 emprendimientos reflejan un manejo constante de actividades de responsabilidad social o amigables al ambiente (reciclaje, circularidad, manejo de agua, residuos y desechos).

Se consultó, 80) ¿Cuáles de las siguientes acciones de sostenibilidad realiza para mitigar el riesgo de contaminación en los diferentes procesos?

Gráfica 35 Acciones de sostenibilidad para mitigar el riesgo de contaminación del sector de cerveza artesanal



Fuente: Construcción Propia

Se evidencia que las acciones de sostenibilidad, se destaca que un 29% de la población mencionó acciones asociadas con el ahorro de agua, lo cual es un enfoque importante para reducir el impacto ambiental. Asimismo, un 21% mencionó prácticas de reciclaje, y un 7% destacó el tema de la reducción de residuos.

Por consiguiente un 29% la respuesta de "ninguno". Esto sugiere que un número considerable de los encuestados indicaron que no están llevando a cabo acciones específicas de sostenibilidad para mitigar el riesgo de contaminación en sus procesos que se puede deber a los costos, falta de conocimiento o falta de interés por el tema.

Estos resultados apuntan que, aunque la mayoría de los encuestados no ha implementado acciones específicas de sostenibilidad, existe una proporción significativa que realizan prácticas como el ahorro de agua, el reciclaje y la reducción de residuos. Esta diversidad de respuestas puede reflejar la conciencia creciente sobre la importancia de la sostenibilidad en la industria de la cerveza artesanal.

En resumen, los resultados indican que hay oportunidades para fomentar prácticas más sostenibles en la industria cervecera artesanal, aprovechando iniciativas como el ahorro de agua, el reciclaje y la reducción de residuos para mitigar el riesgo de contaminación en los diferentes procesos.

Indicador de Mura

Al indagar sobre; 55) ¿Cuál es el nivel de desechos que tiene al fabricar un lote de cerveza artesanal? del 1 al 5 (siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto), los resultados revelan que:

Cuadro 23 Nivel de desechos al fabricar un lote de cerveza artesanal

Opciones	Respuestas
Nivel 1	4
Nivel 2	6
Nivel 3	3
Nivel 4	1
Nivel 5	0

Fuente: Construcción Propia

La gestión de residuos de producción se ha vuelto crucial en cualquier industria o negocio contemporáneo, no solo debido a su potencial impacto ambiental negativo y su contribución al deterioro del planeta, sino también porque un manejo adecuado puede convertirse en una fuente de recursos, optimizando así la rentabilidad de las operaciones empresariales. En este contexto, los datos recopilados demuestran que el sector cervecero no ha adoptado una gestión eficiente de

estos residuos con un 70% baja en escalas 1-2, destacando la falta de compromiso con la sostenibilidad ambiental y su capacidad para aprovechar los desechos como recursos valiosos en lugar de subproductos, esto evidencia que solo el 30% entre la escala 3-4 tiene acciones para reducir residuos y más acciones de ahorro de agua.

Referente a la pregunta; 56) ¿Cuál es el nivel de desperdicio que tiene al fabricar un lote de cerveza artesanal? del 1 al 5 (siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto), los datos recolectados del instrumento arrojaron:

Cuadro 24 Nivel de desperdicio que tiene al fabricar un lote de cerveza artesanal?

Opciones	Respuestas
Nivel 1	4
Nivel 2	8
Nivel 3	1
Nivel 4	1
Nivel 5	0

Fuente: Construcción Propia

Los residuos, entendidos como aquellos materiales que carecen de utilidad tras su primer uso, constituyen una problemática evidente en el sector cervecero artesanal, según se desprende de los datos presentados en la tabla.

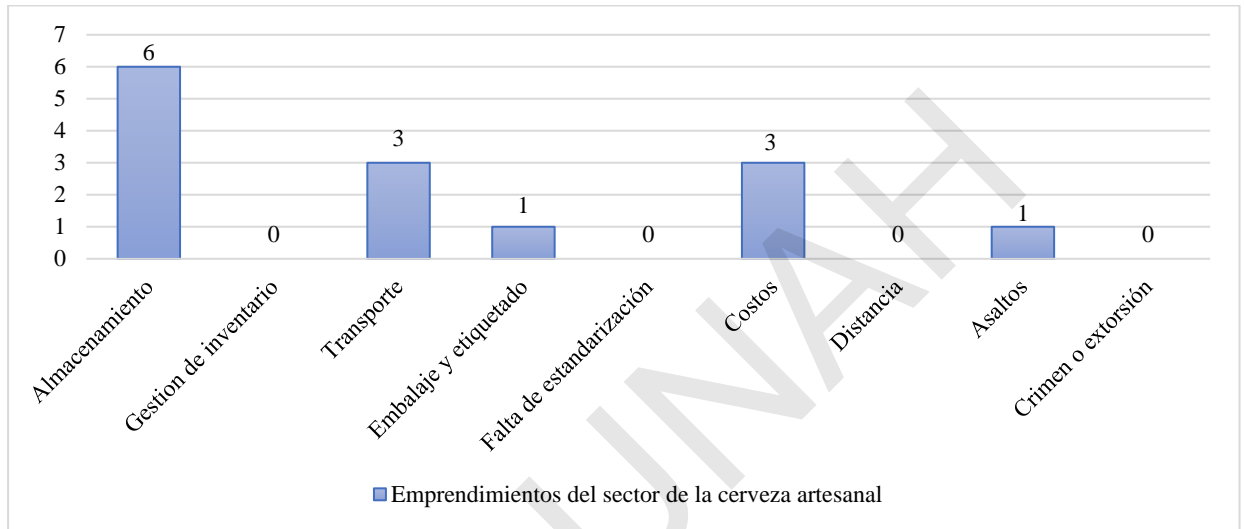
Este aspecto se revela como un área de oportunidad para la mejora continua del sector, el cual aspira a una producción ambientalmente sostenible con el propósito de cultivar una percepción positiva entre los consumidores.

En este contexto, los indicadores estadísticos revelan que el sector tiene un 85% en escalas de 1-2 figurando una participación baja en relación a su nivel de tratamiento de desperdicio destacando la importancia de implementar estrategias efectivas para mitigar este problema. Cabe destacar que el 15% maneja de manera intermedia los desperdicios.

Indicador logístico

Conforme a la pregunta; 78) ¿Cuáles de las siguientes dificultades enfrenta en el área de logística en su negocio?, la recolección de datos evidencia:

Gráfica 36 Dificultades en el área de logística del sector de cerveza artesanal



Fuente: Construcción Propia

Del gráfico 36 resalta la relevancia de los desafíos logísticos en el sector de la cerveza artesanal. En relación con el almacenamiento, un notable 42% de los encuestados identifica esta área como una de las principales dificultades logísticas. Además, el factor del transporte y sus costos también representan otro 42% de las preocupaciones. Estas oportunidades están directamente vinculadas a la gestión de costos y la obtención de financiamiento, aspectos cruciales que podrían mejorar significativamente la cadena logística en el ámbito de la cerveza artesanal. Estos elementos están relacionados y afectan directamente la eficiencia y la calidad del proceso logístico en el negocio.

4.1.3 Factores de restricción financieras

Indicador acceso a financiamiento, nivel de incertidumbre

Al consultar a los emprendimientos de la cerveza artesanal; 58) ¿Cuál es el nivel de restricción en relación al acceso a crédito que tiene su negocio?, se obtuvieron los siguientes resultados:

Cuadro 25 Nivel de restricción de acceso a crédito del sector de cerveza artesanal

Opciones	Respuestas
Nada	3
Poco	1
Regular	7
Mucho	2
Bastante	1

Fuente: Construcción Propia

El sector cervecero artesanal se encuentra ante su principal desafío en la obtención de créditos, con un resultado del 50% enfrentando un nivel regular que principalmente pueden ser dos barreras significativas, como ser las estrictas garantías exigidas por las instituciones crediticias y financieras se presentan como un impedimento considerable. De la misma forma el factor de riesgo asociado a estas transacciones crediticias se perfila como otra barrera relevante, a su vez un 21% arroja resultados entre mucho y bastante lo cuales puede influir emprendimientos cerveceros que no están consolidados o efectúan operaciones de manera informal y no tienen acceso a proporcionar garantías, avales, niveles de ventas constantes.

Además, es crucial abordar de manera efectiva la gestión y mitigación de los riesgos asociados a las operaciones crediticias. Esta doble acción, centrada en la facilitación del acceso y la gestión de riesgos, se presenta como esencial para fortalecer la viabilidad financiera y el desarrollo sostenible de este sector.

Indicador disponibilidad de recursos, disponibilidad de garantías, nivel de riesgo

Al indagar sobre; 36) ¿Cuál es el nivel de facilidad que existe con el crédito para adquirir la materia prima con proveedores? del 1 al 5 (siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto), los datos

muestran que:

Cuadro 26 Nivel de facilidad que existe con el crédito para adquirir la materia prima con proveedores

Opciones	Respuestas
Nivel 1	4
Nivel 2	3
Nivel 3	4
Nivel 4	3
Nivel 5	0

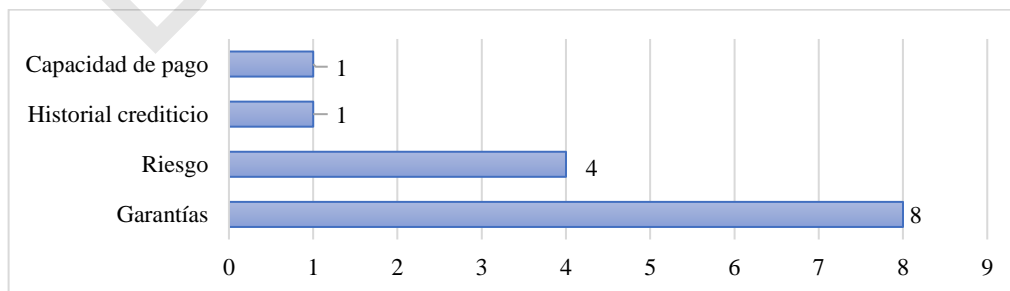
Fuente: Construcción Propia

Existe una percepción baja en cuanto a la facilidad de acceso al crédito para la adquisición de materia prima con un 28% correspondiente al nivel 1 de las respuestas, indicando que una proporción significativa percibe dificultades considerables en este aspecto.

La dificultad de obtención de crédito puede deberse a que algunos emprendimientos de cerveza artesanal no poseen respaldos de capitales, solidez financiera, liquidez, garantías, métodos de control contable o en su defecto no están constituidos. Sin embargo cabe destacar que un 50% se encuentran con niveles intermedios que podría deberse a créditos directos con los proveedores para adquirir materia prima.

Respecto a 59) ¿Cuáles de las siguientes opciones le restringe al momento de solicitar un crédito?, el instrumento de recolección de datos arroja:

Gráfica 37 Opciones que restringe al solicitar acceso a crédito del sector de cerveza artesanal



Fuente: Construcción Propia

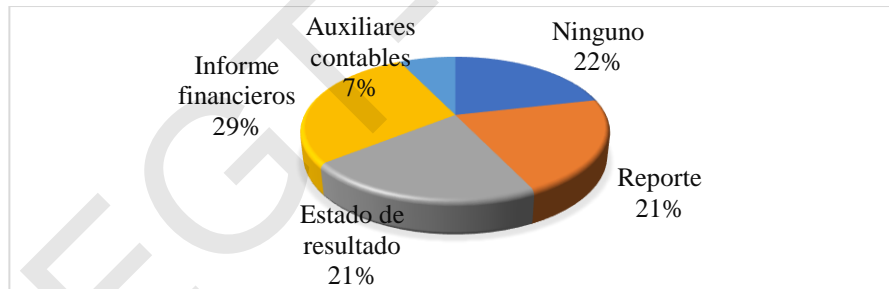
Los aspectos de las garantías representan un 57%. Estas constituyen requisitos habituales en instituciones financieras o prestamistas con el propósito de garantizar la devolución del monto prestado.

Dado que algunos emprendimientos en la industria cervecera artesanal no se encuentran registrados, son informales o micro negocios, pueden experimentar dificultades para demostrar solidez económica o liquidez en este caso el historial crediticio (7%) y la capacidad de pago (7%). Los datos indican que el riesgo juega un papel significativo con un 28% este mismo debido a que estos emprendimientos se encuentran en un mercado competitivo y poco reconocido.

Indicador Métodos de control contable, Liquidez

Referente a la pregunta; 60) ¿Cuáles de las siguientes opciones maneja para llevar un control de contable?, según los datos recogidos por el instrumento se evidencia:

Gráfica 38 Opciones contables que utiliza el sector de cerveza artesanal



Fuente: Construcción Propia

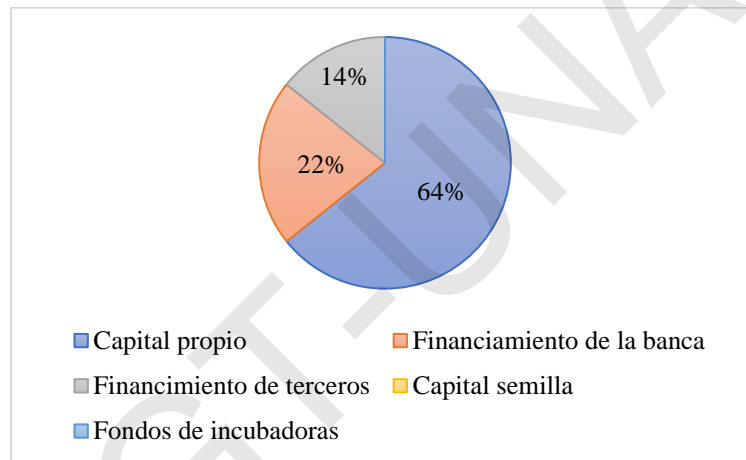
El control contable más común son los informes financieros, sugiere que esta es la opción más comúnmente utilizada para llevar un control contable. Es relevante destacar que el 22% de los encuestados no posee un control contable, lo cual podría asociarse a la informalidad en la gestión financiera de sus negocios o solo los controles básicos necesarios para declarar el impuesto sobre la venta y el impuesto sobre la renta. El 29% utilizan los informes financieros los cuales permiten conocer la situación detallada de los emprendimientos, así mismo el 21% realizan

estados de resultados que detallan los ingresos, gastos y costos en un periodo de 1 año, otro segmento realiza el 21% en los cuales refleja el desempeño financiero, riesgos y comentarios e análisis, y así mismo el 7% efectúan auxiliares contables los cuales son documentos o registros que respaldan de manera detallada las transacciones financieras.

Indicador solidez financiera y respaldo de capitales

Referente a la pregunta; 28) ¿Cuál es el tipo de colaboración referente al financiamiento que ha recibido para su negocio de cerveza artesanal?

Gráfica 39 Colaboración de financiamiento del sector de cerveza artesanal



Fuente: Construcción Propia

Los datos revelan que el capital propio juega un papel principal. Esto sugiere que la mayoría de los emprendimientos en el sector depende principalmente de sus propios recursos para operar o para su origen, alcanzando un 64%.

En contraste, un 22% de los negocios encuestados dependen de la banca local, lo que indica que estos emprendimientos cumplen con los requisitos y garantías necesarios para acceder a préstamos bancarios, El 14% de los emprendimientos posiblemente debido a la falta de acceso al sector de la banca optan a financiamiento de terceros los cuales no exigen los requisitos rigurosos (aval, garantías, consolidación, historial) que por defecto exige la banca o las

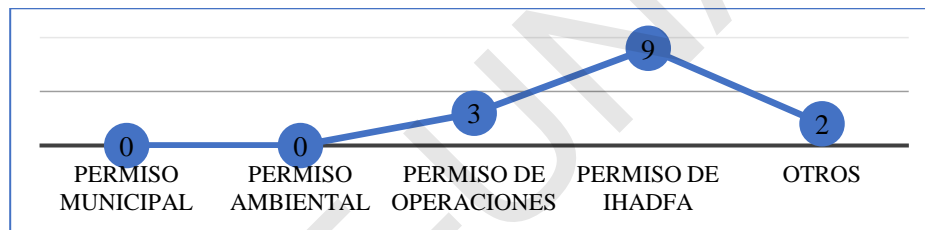
cooperativas. Esta diversidad sugiere que algunos emprendimientos recurren a fuentes externas para obtener respaldo financiero, mostrando flexibilidad en sus estrategias económicas.

4.1.4 Factores de restricción políticas

Indicador Permiso de operación, permiso ambiental, permisos municipales, regulaciones de IHADFA

En cuanto a la pregunta; 70) ¿Cuál de los siguientes permisos le representó mayor dificultad obtenerlo para producir y comercializar la cerveza artesanal en Honduras?, se obtuvo los siguientes resultados:

Gráfica 40 Permisos que representan mayor dificultad al sector de cerveza artesanal



Fuente: Construcción Propia

La restricción más difícil es la concedida por IHADFA con un 64%. Este resultado refleja la tendencia hacia la obligación de obtener diversos permisos, tales como la licencia ambiental y otros permisos específicos de las autoridades locales, para la operación de emprendimientos en la industria de la cerveza artesanal.

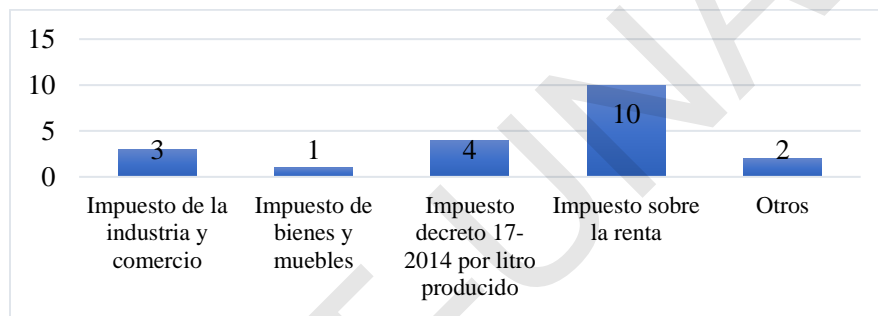
Es fundamental destacar que la diversidad de permisos requeridos abarca desde aquellos relacionados con las operaciones diarias hasta aspectos ambientales, y su obtención puede ser un proceso difícil por cada requisito exigido por la institución correspondiente. Este contexto puede explicar las dificultades que enfrentan algunos emprendimientos de cerveza artesanal, llevándolos a operar de manera informal. La necesidad de estos permisos indica la importancia de una gestión

adecuada de trámites regulatorios para asegurar la legalidad y sostenibilidad de las operaciones en el sector cervecero artesanal.

Indicador Impuestos

Al consultar la pregunta; 68) ¿Cuáles de los siguientes impuestos gubernamentales le afectan para la producción y comercialización de cerveza artesanal?, la recolección de datos permitió:

Gráfica 41 Impuestos que afectan la producción y comercialización del sector de cerveza artesanal

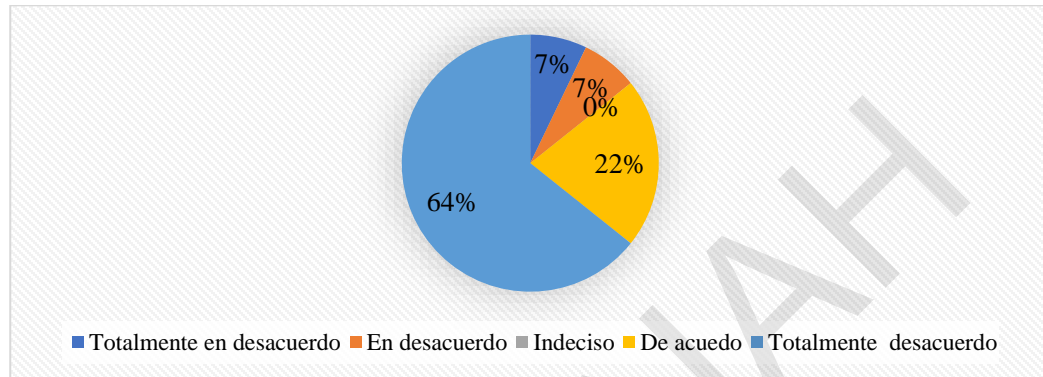


Fuente: Construcción Propia

Los datos obtenidos muestran que el 50% de los emprendimientos manifiestan que el impuesto sobre la renta afecta para la rentabilidad de los emprendimientos. Para el año 2023, este impuesto se situó en el 25% sobre la renta neta gravable. Estos resultados indican que las respuestas de los encuestados varían considerablemente, abarcando impuestos que van desde el decreto 17-2014 hasta el impuesto de industria y comercio. Es esencial reconocer que, además de estos impuestos identificados, pueden existir otros impuestos locales establecidos por instituciones gubernamentales. Por lo que se evidencia que no existe un apoyo gubernamental para promover este tipo de emprendimiento.

Por otra parte, se consultó a los emprendimientos cerveceros artesanales; 72) ¿Los impuestos le afectan para importar la materia prima para fabricar cerveza artesanal en Honduras?, los resultados producto de la aplicación del instrumento demuestran que:

Gráfica 42 Impuestos que afectan para importar materia prima del sector de cerveza artesanal



Fuente: Construcción Propia

En general, los emprendimientos de cerveza artesanal están altamente inclinados a considerar que los impuestos impactan significativamente al importar la materia prima necesaria para la producción de cerveza debido a que incrementan sus costos. Es esencial destacar que este consenso refuerza la idea de que los emprendimientos de cerveza artesanal consideran los impuestos como un factor relevante, especialmente al importar materia prima siendo uno de los desafíos más significativos es la obtención de materia prima los proveedores extranjeros, esto va enlazado en la producción, diferenciación y promoción de una nueva cerveza lo que se presenta como un limitante para el desarrollo de estos negocios. Cabe destacar que solo un 7% manifiesta que no le afectan los impuestos de importación de materia prima esto se puede deber a que solo ese emprendimiento importa su materia prima con un acompañamiento de una industria con la que tiene colaboración.

Al indagar la pregunta; 31) ¿Cuál es el tipo de colaboración fiscal que ha recibido para su negocio de cerveza artesanal?, se evidencia que el 92% no ha recibido algún tipo de colaboración

fiscal lo cual manifiesta que casi la totalidad de las respuesta cercana a la homogeneidad, sin embargo de los 14 encuesta 1 recibió exoneración de impuesto lo que podría reflejar un caso aislado, identificando la falta de apoyo de las autoridades gubernamentales a este sector, destacando la relación con las dificultades de acceso a permisos e impuestos gubernamentales.

Indicador leyes locales

En relevancia a la pregunta 69) ¿En qué nivel las leyes locales le afectan para producir y comercializar la cerveza artesanal? del 1 al 5 (siendo 1 lo más bajo y 5 lo más bajo alto), los resultados reflejan que:

Cuadro 27 Nivel de las leyes locales que afectan para producir y comercializar la cerveza artesanal

Opciones	Respuestas
Nivel 1	3
Nivel 2	3
Nivel 3	6
Nivel 4	2
Nivel 5	0

Fuente: Construcción Propia

Existe una afectación medio-alto con una mayor representación en la escala 3. Al examinar detalladamente la distribución de respuestas, se aprecia una diversidad de percepciones. El nivel 1, que refleja una percepción de bajo impacto de las leyes locales, cuenta con un 21% de respuestas. De manera similar, el nivel 2, con el mismo porcentaje, sugiere una apreciación análoga, aunque con matices diferenciadores, que podrían vincularse con emprendimientos que han pasado por procesos de pre- incubación con datos de (21%) e incubación (7%) según datos anteriores.

En contraste con estos niveles más bajos, resalta el nivel 3, con un 42%, consolidándose como la respuesta más frecuente. Este resultado indica que una parte significativa de los encuestados percibe un impacto moderado de las leyes locales en la producción y

comercialización de cerveza artesanal, lo cual podría estar relacionado con emprendimientos en etapa de crecimiento.

Por otra parte, los niveles 4 presentan respuestas del 14% cada uno, revelando una proporción minoritaria que percibe una afectación alta de las leyes locales en sus operaciones, posiblemente asociado a emprendimientos no constituidos que operan de manera informal, costos, tiempo, falta de conocimiento y que necesitan asesoría y asistencia en el papeleo y procesos. Este análisis sugiere que, a pesar de la variabilidad en las percepciones, la mayoría de los encuestados tiende a situar el impacto de las leyes locales en un rango medio. Esto subraya la importancia de comprender y gestionar eficientemente el marco legal para impulsar el desarrollo sostenible de la industria cervecera artesanal a nivel local.

Indicador leyes laborales

Al consultar con el sector de la cerveza artesanal; 71) ¿En qué nivel se encuentra su negocio en cuanto a implementar los aspectos laborales de acuerdo a ley en su emprendimiento de cerveza artesanal? del 1 al 5 (siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto), se evidencia lo siguiente:

Cuadro 28 Nivel de implementación de los aspectos laborales de acuerdo a ley en el emprendimiento de cerveza artesanal

Opciones	Respuestas
Nivel 1	2
Nivel 2	2
Nivel 3	5
Nivel 4	3
Nivel 5	2

Fuente: Construcción Propia

En relación con la evaluación sobre el impacto de las leyes laborales en la producción y comercialización de cerveza artesanal, los resultados obtenidos evidencian que el sector se encuentra en una escala promedio de 3, el 35% de las respuestas en una escala 1 el (14%), escala 2 (14%) asociado a negocios informales, escala 4 (21%), escala 5 (14%) asociados a negocios

formales y un 21% representado por la escala 3 de los cuales se puede asumir que son negocios que son formales, sin embargo, se encuentra en la etapa de crecimiento y consolidación de su estructura organizacional. Es relevante señalar que este análisis se contextualiza en un sector caracterizado por micro negocios, específicamente aquellos de 1 a 10 colaboradores. Este hecho puede influir en las perspectivas, ya que empresas de menor tamaño podrían experimentar los efectos de las regulaciones de manera diferente en comparación con empresas más grandes. Cabe destacar que existen algunos emprendimientos que operan de manera informal y que son conformados como un negocio familiar.

Indicador etiquetado según ley

En relación 73) ¿Qué nivel de aplicación de etiquetado de acuerdo a ley cuenta su emprendimiento de cerveza artesanal? del 1 al 5 (siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto)

Cuadro 29 Nivel de aplicación de etiquetado de acuerdo a ley de los emprendimientos de cerveza artesanal

Opciones	Respuestas
Nivel 1	2
Nivel 2	2
Nivel 3	5
Nivel 4	3
Nivel 5	2

Fuente: Construcción Propia

Los resultados revelan que el nivel 3, constituye el 28% de las respuestas, indicando una tendencia hacia una aplicación moderada de las normativas de etiquetado. Esto señala que existen diferencias significativas en las percepciones de los encuestados con respecto a la aplicación de las leyes de etiquetado. Al desglosar las respuestas, se observa que el nivel 2 cuenta con un 28%, indicando una proporción considerable que percibe un nivel de aplicación de etiquetado más bajo y puede estar asociado a negocios informales. A su vez, el nivel 4 representa el 21.4%, señalando una parte de los encuestados que percibe un nivel de aplicación más alto que puede asociarse a

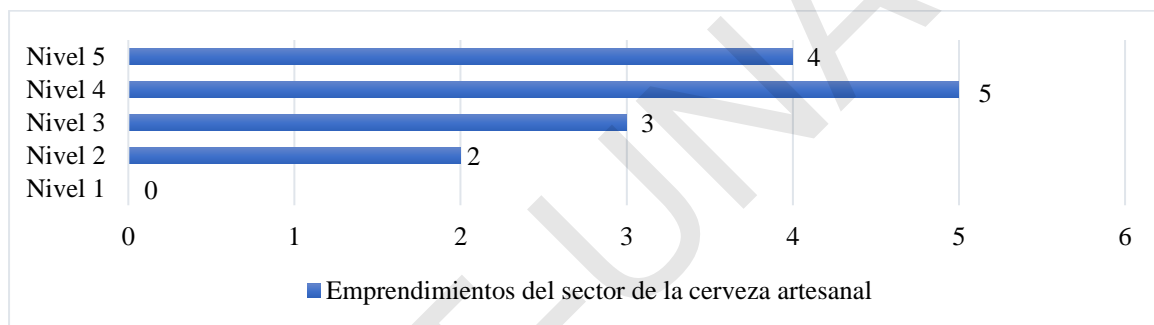
negocios formales. El nivel 5, el más alto en la escala, cuenta con un 14%. Tiene relación con las dificultades que los emprendimientos cerveceros tienen para adquirir los permisos específicamente el de IHADFA entidad encargada de definir la estructura de etiquetado.

4.1.5 Innovación en emprendimientos

Indicador nivel de innovación

Se solicitó; 1) evaluar el nivel de innovación en el sector de la cerveza artesanal, del 1 al 5 (siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto), los resultados de la recolección de datos muestran:

Gráfica 43 Nivel de innovación del sector de la cerveza artesanal



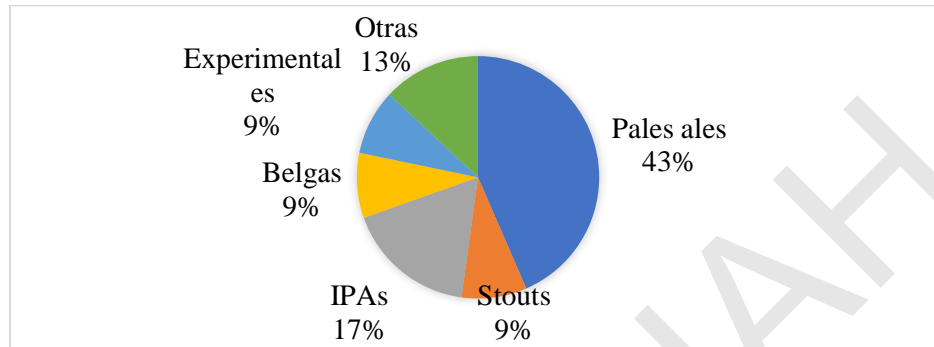
Fuente: Construcción Propia

De los resultados observados anteriormente se determina que el 35% se encuentran en una escala 4 asociada y el 28% que representa la escala 5 siendo 9 empresas con un nivel alto de innovación. Por otra parte, este grupo el sector de cerveza artesanal se evalúa como innovador el cual vincula a este tipo emprendimiento como una clasificación de innovación ya sea en sus procesos y tipos de productos que producen y comercializan, desde la perspectiva de Schumpeter los emprendimientos aportan a la economía y desarrollan nuevos productos y servicios para rivalizar en el mercado en este caso los nuevos estilos de cervezas que proporcionan un aroma y sabor diferente con presentaciones creativas para competir en un mercado agresivo y competitivo. Cabe destacar que existen 5 emprendimiento que tienen un nivel de la innovación baja y esto se puede asociar a que sus procesos son empíricos o aun sus negocios no se han consolidado.

Indicador Tipo cerveza

Referente a la pregunta; 75) ¿Cuáles de los siguientes tipos de cerveza artesanal produce en su negocio?, las respuestas son:

Gráfica 44 Nivel de creatividad del sector de cerveza artesanal



Fuente: Construcción Propia

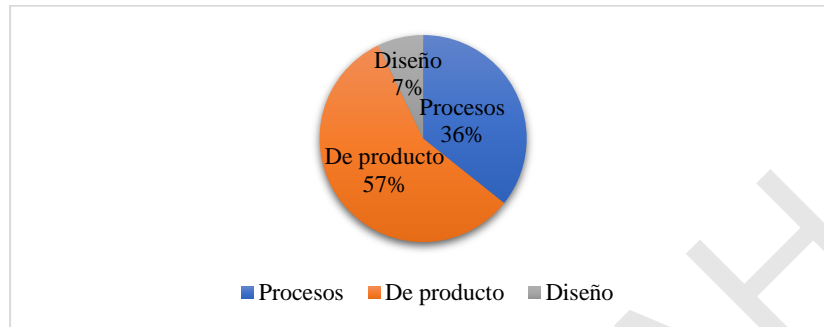
La evaluación de la encuesta sobre los tipos de cervezas producidas en el sector de la cerveza artesanal revela datos significativos. Los resultados muestran que la cerveza Pale Ales es la más producida por los emprendimientos. Es importante destacar que este tipo de cerveza también es producido por la industria cervecera en su cerveza con mayor participación, como es el caso de Salvavida. Este resultado sugiere que las Pale Ales son prominentes tanto en la cerveza artesanal como en la producción a mayor escala, lo cual puede tener una relación al tipo de proceso y adquisición de materia prima. Además, entre las más notables se encuentran las IPAs (17%), las cervezas Belga (9%), y las Stouts (9%). Este hallazgo subraya la riqueza y variedad de estilos de cerveza producidos por las cervecerías artesanales encuestadas.

Es interesante observar que el sector de la cerveza artesanal no solo se limita a replicar estilos tradicionales, sino que exhibe una creatividad notable al crear sus propios estilos de cerveza, como evidencia la respuesta "otras" con un 13%.

Indicador tipos de innovación

Se indago, 5) ¿Cuáles son los tipos de innovación que ha realizado en su negocio?, los resultados demuestran que:

Gráfica 45 Tipos de innovación del sector de cerveza artesanal



Fuente: Construcción propia

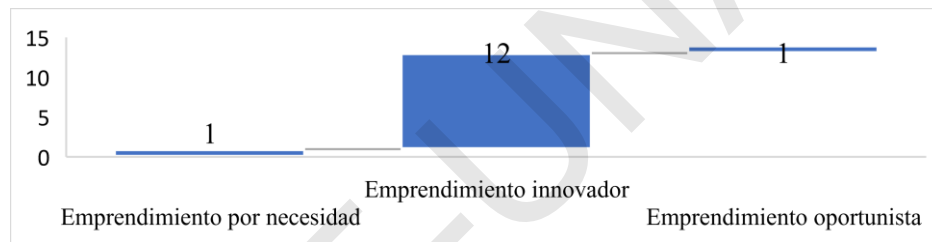
La innovación de producto es la que se refleja de forma más significativa que implica que la mayor innovación en este sector es de producto y en los procesos. La innovación de producto se centra en la generación de nuevos tipos de cerveza artesanal o el mejoramiento de las existentes ya sea con la implementación de nueva materia prima de calidad, analizando desde la perspectiva de Schumpeter la búsqueda de nuevas fuentes de materia prima puede representar para el sector un desafío debido a que ciertos insumos son importados, sin embargo, encontrar nuevas fuentes de materia prima son esenciales para el desarrollo del emprendimiento cervecero.

En concordancia con lo anterior, la innovación de producto en este sector puede deberse a la cultura de experimentación y la creatividad por la mezcla de ingredientes o diversos procesos para la creación de estilos de cerveza según con los recursos existentes, el tamaño de las cerveceras artesanales que representan la mayoría facilita la adopción de la cerveza artesanal a las preferencias del mercado y proporcionar una experiencia única a los amantes de la cerveza artesanal en el mercado como resultado de una interacción directa con los clientes, enfocando la calidad y la variedad de sabores. Se observa una escasa innovación en diseño es de 7% que puede

aportar para entrar a nuevos a mercados y el 36% en proceso los cuales permiten mejorar el rendimiento de la producción.

Referente a la pregunta; 22) ¿En cuál de estos tipos de emprendimiento encaja su negocio? Los resultados indican que el 87% de los emprendimientos en el sector de la cerveza artesanal se identifican como emprendimientos innovadores, con algunos caracterizándose más por ser oportunistas y surgir por necesidad. Esto determina que las estrategias se orientan a la resolución de problemas de manera eficiente, desarrollo de equipos pluridisciplinarios, naturalezas escalables, ideas innovadoras (creación de nuevos tipos de cerveza). Ver gráfica 46:

Gráfica 46 Tipos de emprendimientos del sector de cerveza artesanal



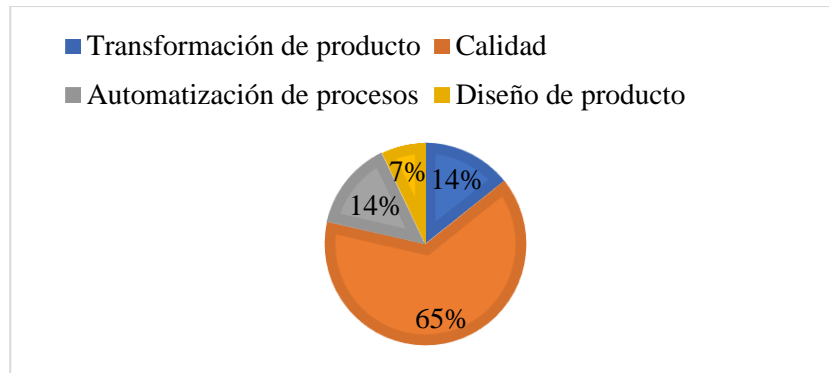
Fuente: Construcción Propia

Indicador tipos de procesos que se aplica la innovación

Al cuestionar; 3) ¿En qué área ha implementado procesos de innovación para mejorar su producción? Este arrojó los siguientes resultados:

La calidad es un factor crucial en la aplicación de la innovación representando el 65%, la cual dio como resultado creación de nuevas cervezas, cabe destacar la oportunidad de mejora en el diseño de producto y se relaciona con la falta de énfasis de generar una presentación que afecta a la construcción de la marca y la experiencia al cliente de manera estandarizada. Ver gráfica 47:

Gráfica 47 Áreas que se ha implementado procesos de innovación en el sector de cerveza artesanal



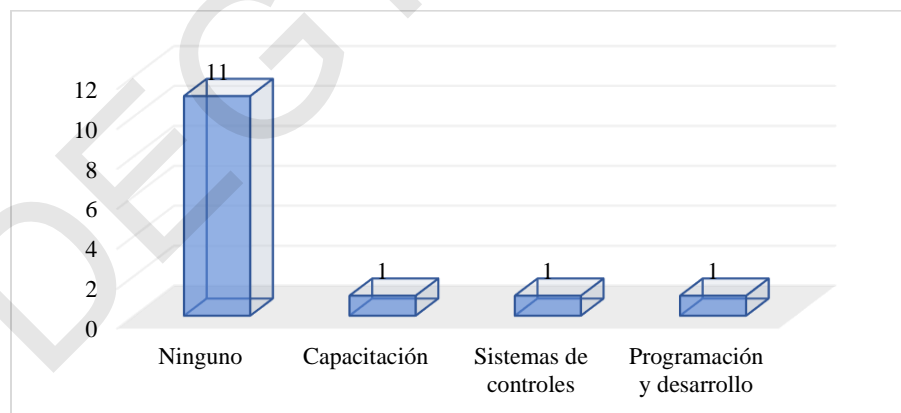
Fuente: Construcción propia

Sin embargo, se evidencia que el área de diseño tiene el 7% de innovación esto puede ser relacionado a que el tipo de innovación se centra en el producto, generando poca innovación en transformación de producto y automatización de procesos.

Indicador tecnología

También se consultó; 29) ¿Cuál es el tipo de colaboración tecnológica que ha recibido para su negocio de cerveza artesanal?

Gráfica 48 Tipos de colaboración tecnológica del sector de cerveza artesanal



Fuente: Construcción Propia

La media de datos analizados dio como resultado a la respuesta ninguno (78%) cabe destacar que si ha existido colaboración en base a capacitación, sistemas de controles y programa de desarrollo que puede estar relacionado a los emprendimientos que tuvieron un origen con pre-

incubación y post incubación una vez más se evidencia la falta de tecnología en este sector analizado.

Un limitante a ello podría ser el financiamiento para invertir en tecnología o ignorar diversas soluciones tecnológicas que ofrezcan una ventaja, otro factor es la falta de necesidad de inversión en tecnología por el tamaño y escala de producción.

Al indagar la pregunta; 44) ¿Qué nivel de tecnología tiene para la producción de la cerveza artesanal? Se obtuvieron los siguientes datos:

Cuadro 30 Nivel de tecnología para la producción de la cerveza artesanal

Opciones	Respuestas
Escala 1; No existe, no tiene cumplimiento de elementos o existe, pero no tiene ningún grado de aplicación, No aplica	1
Escala 2; existe en menor grado con oportunidad de mejora, tiene aplicación parcial o sólo en ciertos sectores de la empresa	4
Escala 3; se aplica en toda la empresa de manera puntual, no tiene ningún grado de supervisión	3
Escala 4; se aplica de manera permanente en la empresa y tiene supervisión sistemática	4
Escala 5; se aplica en toda la empresa, tiene supervisión sistemática y mejora continua con innovación	2

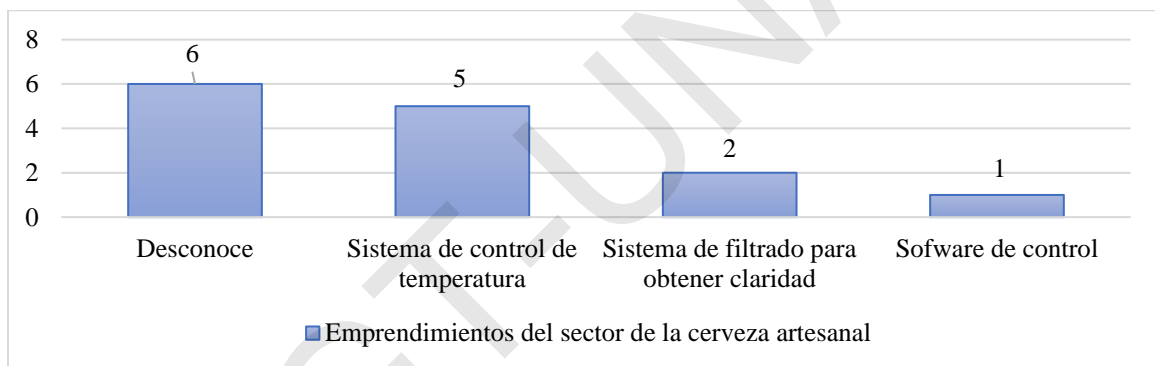
Fuente: Construcción Propia

La adopción tecnológica dentro del sector cervecero, evidenciando un 35% declara no poseer un nivel óptimo en este aspecto, no aplica tecnología para la producción de cerveza artesanal o en su defecto no se supervisa, el 21% aplica de manera puntual siendo un total de 8 emprendimientos que aplican de manera baja los niveles de tecnología en producción y solo el 14% se aplica de manera sistemática y supervisada en toda la empresa figurando solo 2 empresas y 4 emprendimientos de manera permanente y con supervisión sistemática. La consideración de estos indicadores es crucial, ya que la tecnología desempeña un papel vital en la competitividad de estos negocios, especialmente en un mercado saturado por la cerveza industrial.

Al consultar la pregunta 65) ¿Cuáles de los siguientes tipos de sistema tecnológico utiliza para la producción de cerveza artesanal?, se evidencia que:

En la implementación de sistemas tecnológicos en la producción cervecera artesanal se evidencia que el 43% no aplica tecnología en procesos de producción. Esta tendencia puede interpretarse como una indicación de que muchos productores de cerveza artesanal pueden no estar adoptando tecnologías avanzadas en su producción, probablemente debido a la naturaleza artesanal y tradicional de su enfoque y se observa que un 36% de los participantes aplican un sistema de control de temperatura, mientras que un 14% utiliza un sistema de filtrado para clarificar su producto. Además, un 7% de los encuestados mencionan la aplicación de un software de control en sus procesos. Ver gráfico:

Gráfica 49 Tipos de sistemas tecnológicos del sector de cerveza artesanal



Fuente: Construcción Propia

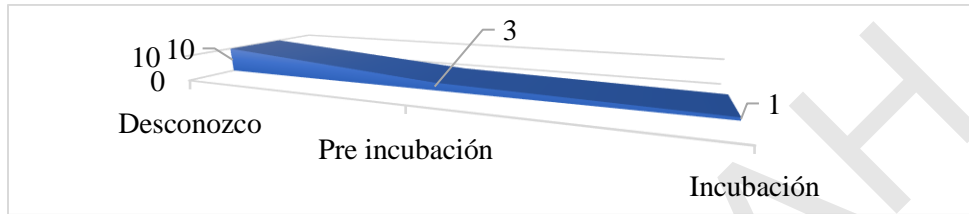
Estos datos resaltan que aunque es baja la aplicación existen negocios que tienen una diversidad en las prácticas tecnológicas dentro del sector cervecero artesanal, donde algunos productores han adoptado tecnologías específicas para mejorar aspectos como la temperatura, la clarificación y el control general de la producción. Esto presenta un panorama en el que figura la falta de recursos financieros y falta de acompañamiento para sistemas tecnológicos.

Indicador de origen

Al realizar la consulta; 23) ¿Cuáles de los siguientes procesos le permitió la creación de su negocio? Las respuestas indican que 10 de los 14 emprendimientos encuestados no se

originaron a través de algún proceso de pre- incubación o incubación. No obstante, se identificaron 3 negocios que surgieron del proceso de pre- incubación y 1 de incubación. Esto está vinculado al hecho de que algunos negocios recibieron colaboraciones significativas en áreas como asesoramiento legal, capacitación y tecnología. Ver gráfica 50:

Gráfica 50 Origen de los emprendimientos del sector de cerveza artesanal

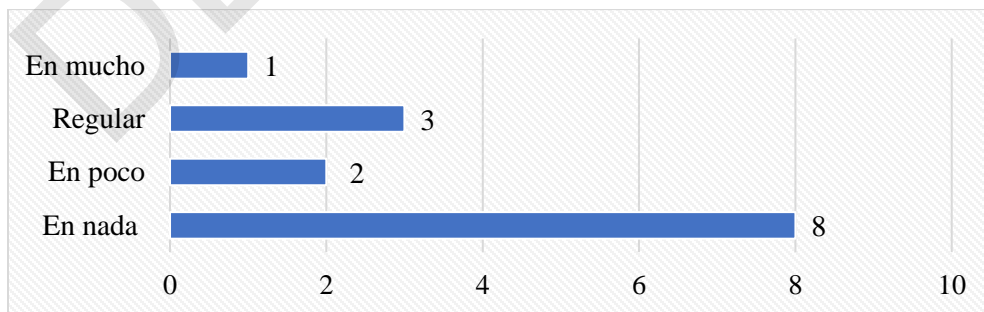


Fuente: Construcción Propia

Varios negocios surgen de la creatividad y la innovación que inician con una naturaleza informal, inclinándose al interés relacionado de elaboración de cerveza artesanal sin considerar procesos formales de pre- incubación e incubación, enfocándose en las colaboraciones, experimentación e intercambio de conocimiento.

Al consultar sobre 24) ¿Considera que los procesos de pre- incubación, incubación le afectaron al momento de la creación de su negocio?

Gráfica 51 Afectación de los procesos de pre-incubación, incubación del sector de cerveza artesanal



Fuente: Construcción Propia

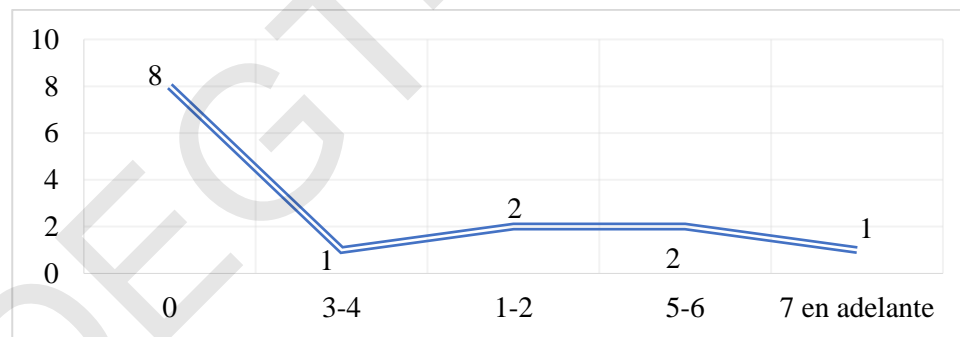
La recopilación de datos indica que el 57% de los encuestados no percibe ninguna influencia. Este hallazgo está en consonancia con la información recopilada sobre el origen de los negocios, ya que el 71% de ellos surgieron sin haber pasado por ningún proceso formal de pre-incubación o incubación y consideran que no necesitan acompañamiento.

Es destacable que el 21% de los encuestados considera que la decisión de no haber surgido de estos procesos les afecta de manera regular y que pueden considerar que un acompañamiento hubiese mejorado la consolidación del negocio. Esto sugiere que un segmento minoritario que surgió de estos procesos valoró los resultados de este.

Indicador patente

Al consultar a los encuestados 4) ¿Cuántas patentes de sus productos, invenciones o procesos de la cerveza artesanal tiene registradas?, los resultados muestran

Gráfica 52 patentes de productos, invenciones o procesos de la cerveza artesanal tiene registradas



Fuente: Construcción Propia

Los resultados arrojan que la mayoría no registra ningún tipo de patentes esto puede deberse a que el sector no tiene intereses en patentar, el costo es elevado, extenso protocolo de registro. A su vez se puede considerar que el sector de la cerveza artesanal percibe la innovación de sus productos o procesos en un esfuerzo grupal para compartir conocimientos o fórmulas de acceso público en lugar de proteger la propiedad intelectual que puede variar en falta de

información de los beneficios de las patentes y conciencia de la importancia de proteger la propiedad intelectual.

Cabe destacar que solo dos emprendimientos tienen (1-2 patentes), 2 (5-6) y 1 (7 en adelante), esto puede deberse a que estos negocios están consolidados y reconocen la importancia del registro de patente y a medida que surgen nuevos procesos y estilos de cerveza podría ser beneficioso enfatizar la educación de registrar patentes.

Indicadores de inversión en desarrollo, inversión en investigación

Indagando a los encuestados referente a; 2) ¿En qué áreas aplica investigación para innovar en su negocio? del 1 al 5 (siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto), los resultados muestran que:

Cuadro 31 Áreas donde se aplica investigación para innovar

Opciones	Escala 1	Escala 2	Escala 3	Escala 4	Escala 5
Creación de nuevas cervezas	14%	0%	0%	50%	36%
Producción	14%	14%	22%	43%	7%
Administración	50%	14%	14%	22%	0
Distribución	50%	7%	14%	22%	7%
Puntos de ventas	43%	7%	36%	7%	7%

Fuente: Construcción Propia

El área donde se aplica más innovación es en la creación de nuevas cervezas con un 85% entre las escalas 4 y 5, esto tiene como resultados que los negocios de la cerveza artesanal enfoquen sus prioridades en el sabor, calidad y presentación creativa otorgándoles una experiencia al consumidor que le permita competir con la cerveza industrial y puede reflejar un vínculo con el tipo de innovación que realice el emprendimiento, desde el enfoque de Schumpeter (1942), aborda la importancia de introducir nuevos productos lo cual se refleja en el sector de la cerveza artesanal ya que se diversifica los estilos de cerveza y sabores con ingredientes de alta calidad. Sin embargo se evidencia que en la parte administrativa, distribución y puntos de ventas

los niveles de inversión son escasos lo que puede relacionarse en la parte administrativa a la falta de aplicación de la tecnología que de igual forma no se considera crucial para dichos emprendimientos, en el enfoque de distribución puede estar relacionado a que los emprendimientos cerveceros realizan sus ventas de manera local o en sus locales como restaurante y venta de la cerveza artesanal.

Indicador recursos financieros

En el siguiente inciso; 6) ¿Cuáles son los tipos de recursos que tiene para realizar proceso de investigación y desarrollo en su emprendimiento de cerveza artesanal? del 1 al 5 en cada apartado (siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto), se observa los siguientes resultados:

Cuadro 32 Tipos de recursos para realizar proceso de investigación y desarrollo en emprendimiento de cerveza artesanal

Opciones	Escala 1	Escala 2	Escala 3	Escala 4	Escala 5
Materia prima	0%	7%	29%	36%	28%
Financiero	14%	43%	29%	14%	0%
Tecnología	29%	7%	29%	14%	21%
Infraestructura	36%	14%	22%	21%	7%
Recurso humano	14%	14%	43%	15%	14%

Fuente: Construcción Propia

Los datos muestran que a los emprendimientos les falta recursos para innovar en relación al financiamiento, la infraestructura, tecnología.

Para los emprendimientos el financiamiento es crucial y afecta la obtención del único recursos (materia prima) que tienen los emprendimientos del sector de la cerveza artesanal e incluso siendo escaso le proporciona un punto de partida para investigar e desarrollar y generar diversidad y singularidad de sus ingredientes, tener acceso a una gama amplia de materia prima permite la creación de sabores únicos por lo que la búsqueda de nuevas fuentes de suministros (nuevos granos, lúpulo o levaduras) es esencial para la supervivencia del sector. De la misma

manera la tecnología juega un papel primordial para optimizar los diferentes procesos y esto representa una baja participación en los recursos que cuenta el sector como ser también la infraestructura.

Indicador de Creatividad

Al consultar al sector cervecero que; 40) Evaluará la creatividad en sus procesos de producción, se observa como resultados:

Cuadro 33 Nivel de creatividad en los procesos de producción de la cerveza artesanal

Opciones	Respuestas
Escala 1; No existe, no tiene cumplimiento de elementos o existe, pero no tiene ningún grado de aplicación, No aplica	0
Escala 2; existe en menor grado con oportunidad de mejora, tiene aplicación parcial o sólo en ciertos sectores de la empresa	3
Escala 3; se aplica en toda la empresa de manera puntual, no tiene ningún grado de supervisión	4
Escala 4; se aplica de manera permanente en la empresa y tiene supervisión sistemática	5
Escala 5; se aplica en toda la empresa, tiene supervisión sistemática y mejora continua con innovación	2

Fuente: Construcción Propia

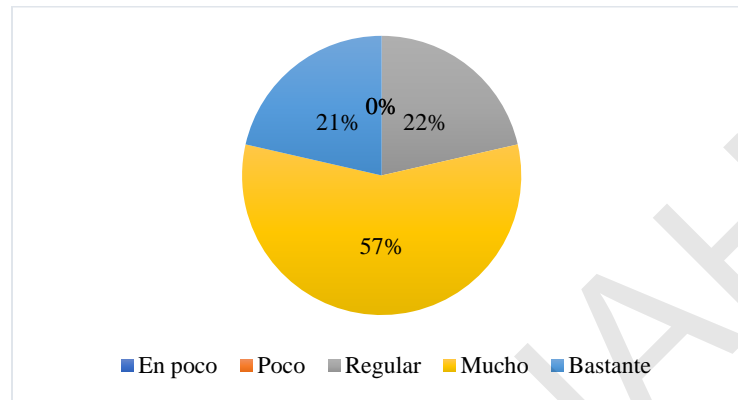
En cuanto a la manifestación de la creatividad en los procesos de producción dentro del ámbito de los negocios de cerveza artesanal, la mayoría de los participantes en la encuesta indicaron que esta práctica se lleva a cabo de manera consistente en los emprendimientos cerveceros artesanales. No obstante, el análisis sugiere que, en algunos casos, la implementación de la creatividad se realiza de manera específica en toda la empresa, sin estar sujeta a supervisión alguna y 3 la aplican de manera parcial esto se puede deber a la falta de recursos económico, tiempo que no permiten tener espacios a la creatividad y solo a la subsistencia.

En línea con la teoría de Schumpeter, se postula que la creatividad constituye un activo de gran valor para los negocios en su esfuerzo por lograr que sus productos y marcas sean reconocidos por los clientes.

Indicador Optimización

El sector de la cerveza artesanal manifiesta referente; 15) ¿En qué medida puede incrementar su productividad al aplicar nuevas técnicas de producción?, los resultados muestran:

Gráfica 53 Nivel en que las nuevas técnicas de producción afectan la productividad del sector de cerveza artesanal



Fuente: Construcción Propia

El 57% considera que al aplicar nuevas técnicas puede mejorar su productividad. La innovación en las nuevas técnicas permite la eficiencia operativa esto puede influir en optimizar tiempos y procesos con un mayor manejo de los recursos que puede traducirse a una mayor cantidad de cerveza artesanal producida con un control más eficiente y disminución de desperdicios y pérdidas, incrementando la productividad y calidad. Cabe destacar que el 21% considera que las nuevas técnicas de producción no afectan de forma positiva la productividad y el 22% considera de manera regular este cambio.

4.2 Análisis inferencial

4.2.1 Prueba de confiabilidad

La confiabilidad de la investigación se fundamenta en la validación interna de sus datos, empleando la estimación de la ecuación conocida como Alfa de Cronbach. Esta ecuación implica la evaluación de la varianza en los valores totales observados en relación con cada uno de sus ítems, multiplicado por el factor resultante y el número de preguntas asociadas al instrumento. La revisión de la literatura indica que a medida que el resultado de esta prueba se aproxima a uno, se incrementa el nivel de validez interna del instrumento. Valores por debajo de 0.5 requieren una revisión exhaustiva de la muestra, las preguntas y los niveles de respuesta. A continuación se presenta el cálculo para la estimación del Alfa de Cronbach (Virla, 2010).

$$\text{Ecuación (1)} \alpha = \left[\frac{K}{K-1} \right] \left[1 - \frac{\sum_{i=1}^k S_i^2}{S_t^2} \right]$$

Donde:

S_i^2 = Variación de ítem i

S_t^2 = variación total observada

K = Preguntas/ elementos

Dicha aplicación de fórmula en los resultados del instrumento arrojó el siguiente resultado

Cuadro 34 Alpha de Cronbach

Alfa de Cronbach	N de elementos
.853	98

Fuente: construcción propia

Los datos presentados en el cuadro anterior evidencian un grado significativo de confiabilidad y validez interna del instrumento, lo cual contribuye a incrementar la certeza de la información proporcionada.

4.2.2 Pruebas de normalidad

Debido a que las unidades encuestadas de la muestra son menores a 50 se aplica las pruebas de normalidad denominada Shapiro-Wilk, la cual si el nivel de significancia de la prueba es inferior a 0.05, se concluye que la distribución no es normal, mientras que si el nivel de significancia es superior a 0.05, se establece que la distribución es considerada como normal (Porrás, 2016). A continuación, se da a conocer la prueba de normalidad de los datos para la presente investigación.

Cuadro 35 Pruebas de normalidad

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
¿Cuáles son los principales obstáculos de un cervecero artesanal al intentar promover una nueva cerveza? del 1 al 5 en cada apartado (siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto); Mercado	.639	14	.000
¿Cuáles son los principales obstáculos de un cervecero artesanal al intentar promover una nueva cerveza? del 1 al 5 en cada apartado (siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto); Envasado	.516	14	.000
¿Cuáles son los principales obstáculos de un cervecero artesanal al intentar promover una nueva cerveza? del 1 al 5 en cada apartado (siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto); Tecnológico	.516	14	.000
¿Cuáles son las principales dificultades que enfrenta en el procesamiento de la materia prima para la elaboración de cerveza artesanal?	.773	14	.002

¿Cuáles de las siguientes estrategias utiliza para tener posicionamiento en un mercado competitivo?	.779	14	.003
--	------	----	------

Fuente: Construcción Propia

La prueba de normalidad indica que los datos no siguen una distribución normal. En consecuencia, la prueba a efectuar de inferencia estadística será basada en un método no paramétrico.

4.2.3 Tipo de Hipótesis

La investigación se enfoca en una hipótesis de tipo correlacional, ya que describe la relación entre dos o más variables en este caso un análisis de cinco variables. La evaluación se centra en analizar el grado de diferencia significativa entre estas variables. Las hipótesis para evaluar en esta investigación son:

. H_0 : No existe diferencia significativa entre la valoración de los factores de restricciones operativas, financieras, políticas, innovación de los emprendimientos cerveceros artesanales y la incursión exitosamente en el mercado de consumo masivo en Honduras.

H_1 : Existe diferencia significativa entre la valoración de los factores de restricciones operativas, financieras, políticas, innovación de los emprendimientos cerveceros artesanales y la incursión exitosamente en el mercado de consumo masivo en Honduras.

4.2.3.1 Método de prueba de hipótesis

En el análisis de la normalidad de los datos y con el objetivo de abordar los supuestos planteados en esta investigación, se empleará el método de prueba de hipótesis conocido como Friedman Test esta es una ampliación de la prueba de Wilcoxon de los rangos, análogo no paramétrico y signos de medidas repetidas de un factor, esta determina si las k variables presentan una distribución continua similar a la de su origen por lo que se puede determinar si existe diferencia significativa o en su defecto se contrasta la hipótesis nula, asignando un rango a

las k variables, por ende, si el nivel de significancia de la prueba es inferior a 0.05, se concluye que la hipótesis se acepta (Berlanga Silvente & Rubio Hurtad, 2011; Ramírez Ríos & Polack Peña, 2020) ya que se describe la diferencia entre dos o más variables, en este caso, cinco variables.

Cuadro 36 Rangos de prueba de Friedman

Rangos	
	Rango promedio
Mercado masivo	3.93
Restricciones operativas	5.00
Restricciones financieras	1.18
Restricciones políticas	1.82
Innovación	3.07

Fuente: Construcción Propia

El resultado de la prueba de hipótesis se da a conocer a continuación.

Cuadro 37 Prueba de Hipótesis

Estadísticos de prueba de Friedman	
N	14
Chi-cuadrado	54.589
Gl	4
Sig. asintótica	.000

Fuente: Construcción Propia

La evaluación de la hipótesis indica que el valor de Chi- cuadrado de la prueba de Friedman refleja una diferencia significativa entre la valoración de las variables; restricciones operativas, financieras, políticas, innovación y mercado masivo siendo un (54.589) que significa un alto nivel de diferencia, referente al grado de libertad (gl) siendo 4 menos 1, este valor representa el número de grupos como resultado 3 grupos en el sector de la cerveza artesanal, en cuanto a la significancia asintótica es de (0.000<0.05), rechazando la hipótesis nula, evidencia que existe diferencia significativa entre la valoración de las variables aceptando la H_{1j} .

Por lo que se concluye; que los resultados muestran que los factores de restricciones operativas, financieras, políticas e innovación de los emprendimientos del sector de la cerveza artesanal tienen una diferencia estadística significativa a la incursión exitosa en el mercado de consumo masivo en Honduras siendo este ($X_2=54.589$, $p = 0.000$). Lo que significa que para los grupos evaluados existen diversas posiciones sobre cómo les afectan los factores de restricción operativos, financieros, políticos e innovación para lograr la incursión exitosa en el mercado masivo de Honduras.

DEGT-UNAH

**CAPÍTULO V. ANÁLISIS Y
PROPUESTA AL SECTOR DE LA
CERVEZA ARTESANAL**

CAPÍTULO V. ANÁLISIS Y PROPUESTA AL SECTOR DE LA CERVEZA ARTESANAL

5.1 Análisis bajo la teoría de Schumpeter

A continuación, se analiza la situación actual de los emprendimientos del sector cervecero bajo los cinco puntos de la teoría de Schumpeter (1942) los cuales son: introducción de nuevos productos, nuevos procesos métodos de producción, apertura e incursión de nuevos mercados, obtención de nuevas fuentes de suministro y destrucción o creación de monopolios temporales.

5.1.1 Introducción de nuevos productos

El sector de cerveza artesanal en Honduras es versátil en relación a generación de nuevos tipos de cervezas, considerando como recurso clave la materia prima para la investigación y desarrollo que les permita la elaboración de nuevos tipos de cerveza o combinaciones que buscan mejorar constantemente el catálogo existente, estos emprendimientos producen normalmente las cervezas; IPAs, Belga, Stouts y cervezas artesanales con combinaciones exclusivas. Además, la estrategia de diferenciación se orienta en la experiencia del consumidor hondureño, cuidando la atención y la calidad de la cerveza, figurando un bajo nivel de reclamos.

Según los resultados de la investigación el mercado nacional presenta una buena aceptación de este a la cerveza artesanal, siendo esta versatilidad del catálogo de cervezas de los emprendimientos de la cerveza artesanal una ventaja competitiva y captación de nuevos clientes. Un elemento crucial para la introducción de nuevos productos es realizar un estudio de mercado de un nuevo tipo de cerveza considerando los siguientes criterios; la demografía (definición de edad, nivel académico, ingreso, ubicación geográfica), identificación de segmento según el tipo de cerveza y nivel de alcohol, análisis de la competencia, elección de la tendencia, comprensión de los hábitos de consumo y preferencias, percepción de precio, valor y diseño de la nueva

cerveza, pruebas de la cerveza artesanal para retroalimentación, análisis FODA del emprendimiento cervecero.

5.1.2 Adopción de nuevas técnicas de producción

En este contexto, es crucial considerar la importancia de la introducción de nuevos procesos o adopción de nuevas técnicas de la producción de cerveza artesanal entre las más modernas; la ósmosis inversa, lúpulo en seco, implementación de software para controlar procesos de fermentación, métodos carbonatados. Por lo que se considera que el sector de la cerveza artesanal no cumple o lo realiza en una escala reducida esta premisa, este limitante se atribuye a que el sector se centra en el tipo de innovación de producto y con poca atención en la innovación de proceso, sumado a la falta de inversión en innovación en áreas de administración, así como las limitaciones en infraestructura y la ausencia de planificación estratégica. Es necesario considerar la importancia de la aplicación de tecnología en los distintos ciclos de producción, software para control de producción y la automatización de procesos y transformación de producto, entre los softwares más conocidos para lograr automatización en el sector de la cerveza artesanal se encuentran; BeerSmith con un costo único de \$27 USD, Brewtarget gratuito con solicitud de donación, Brewers Friend costo de \$19 USD. A su vez, los emprendimientos de cerveza artesanal no efectúan y presentan poca creatividad en procesos de producción que pueden potenciar la eficiencia y la calidad adoptando enfoques más innovadores que generen mayor sostenibilidad y rentabilidad a largo plazo.

5.1.3 Apertura e incursión de nuevos mercados

El sector de la cerveza artesanal cumple este inciso medianamente debido a que enfrentan ciertas limitaciones operativas (maquinaria, almacenamiento, infraestructura), recursos financieros y estructura de fuerza de venta menos desarrollada, junto con la falta de consolidación formal en ciertos negocios, sumado todo esto les dificulta alcanzar la producción a escala,

adicionalmente la falta de reconocimiento en un mercado altamente competitivo donde los competidores de la cerveza industrial disfrutan de ventajas relacionados a precios más competitivos y estrategias diseñadas para el consumo masivo. No obstante, cabe destacar que existen algunos emprendimientos que han identificados nuevas oportunidades de mercado y se encuentran trabajando activamente para incursionar en ellas. Un ejemplo notable es un emprendimiento asociado a una empresa de un diferente rubro que le proporciona una estructura de ventas necesaria para alcanzar un mercado más amplio. En su mayoría de los emprendimientos se centran en su nicho de mercado y comercializan su cerveza artesanal en sus propios locales y en restaurantes, bares cercanos. A su vez considerar los siguientes elementos puede facilitar lograr la apertura e incursión de nuevos mercados; a) Investigación de mercado objetivo para comprender las preferencias y competencia. b) Adaptación del mercado local ajustando el tipo de cerveza según el cliente, estrategia de mercadeo, diseño de la cerveza, c). Participación en ferias, eventos sociales y acercamiento a la comunidad, d) Colaboraciones con otros sectores, e) Desarrollo de estrategias de comunicación mediante los canales tradicionales, digitales, publicidad en línea, f). Ofertas y promociones para atraer nuevos clientes por ejemplo; cupones, rifas, bandeos de producto, degustaciones gratuitas y descuentos temporales.

5.1.4 Obtención de nuevas fuentes de suministro de materia prima

El sector de cerveza artesanal enfrenta dificultades significativas que no le permiten cumplir con este punto, se evidencia la necesidad de obtener nuevas fuentes de materia prima que representa un limitante para la producción a escala, agravado por los costos elevados de la materia prima, aranceles al importar al país y escasez en el mercado internacional, uno de los principales puntos para la búsqueda de nuevos mercados es el tema de proveedor de confianza, es fundamental recalcar que no existe una asociación o ecosistema colaborativo que les permita a los productores de cerveza artesanal acceder a materia prima de calidad a un costo más bajo

mediante compras a mayor escala o definiciones de contratos a largo plazo, a su vez una alternativa es la consideración de producir ciertos insumos con agricultura local obteniendo una integración vertical de la cadena de suministro o explorar en el mercado internacional nuevos proveedores, también la investigación de nuevos insumos locales que se puedan incluir en la producción de cerveza artesanal.

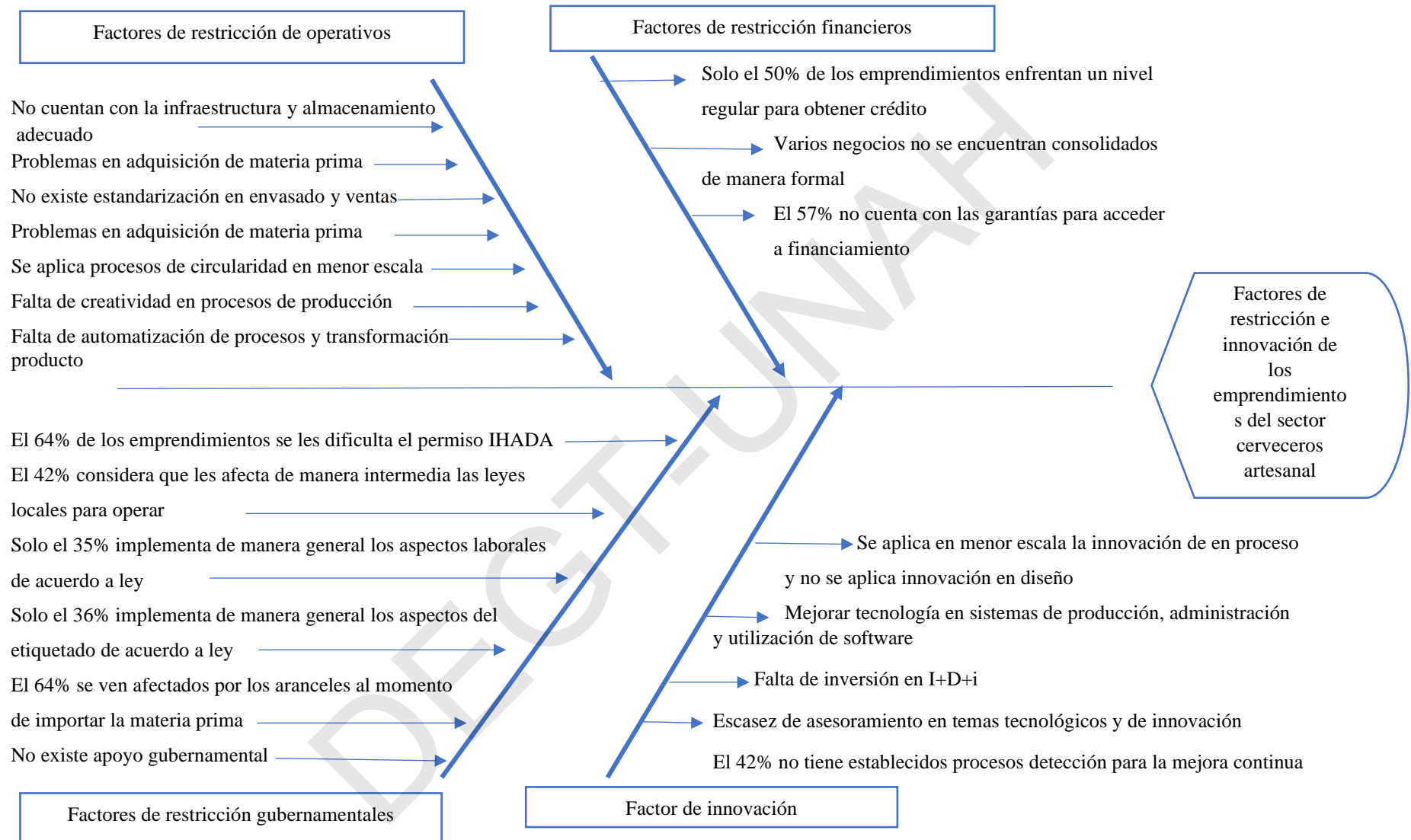
5.1.5 Destrucción o creación de monopolios temporales

Los cerveceros artesanales, en su papel como actores en el mercado, se encuentran en competencia con el monopolio de la cerveza industrial, como es el caso de la Cervecería Hondureña. No obstante, estos emprendimientos han logrado establecer monopolios temporales al dirigirse a segmentos específicos del mercado que valoran elementos particulares, como la calidad o la introducción de nuevos sabores, aspectos que no son tan predominantes en la oferta de la cerveza industrial. Por otro lado, existe un riesgo latente que podría conducir a la disolución de estos monopolios temporales. Esta amenaza se materializaría en caso de que la industria de la cerveza industrial implemente estrategias directas para competir con los emprendimientos dentro del sector de la cerveza artesanal. Este escenario plantea la posibilidad de una competencia más intensa, con las empresas industriales tomando medidas específicas para atraer a los consumidores que han sido el foco de los cerveceros artesanales, poniendo así en peligro la exclusividad que han logrado en ciertos segmentos del mercado. Por ende es necesario considerar la innovación en las diferentes áreas e implementación de mejora continua que permita una adaptación y desarrollo constante de estrategias competitivas.

5.2 Diagrama de Ishikawa o causa y efecto

A continuación, se presenta un resumen de las causas y efectos de los apartados evaluados en esta sección mediante el uso del diagrama de pescado.

Ilustración 19 Diagrama de Causa y efecto del sector de la cerveza artesanal



Fuente: construcción propia

Los hallazgos del diagrama de Ishikawa/ causa y efecto referente a los factores de restricción e innovación que enfrentan los emprendimientos del sector de la cerveza refieren a desarrollar estrategias que le permitan mejorar y optimizar los factores operativos para desarrollar soluciones y establecer una solidez operativa para incursionar en el mercado masivo de Honduras, así mismo fomentar el desarrollo de redes colaborativas que permitan enfrentar las restricciones financieras y gubernamentales, así mismo las negociaciones con proveedores para comprar la materia prima en mayor escala y así disminuir sus costos.

En tal sentido, la implementación de la innovación del sector de la cerveza artesanal permite la generación de ventajas competitiva orientados a la eficiencia de la producción y el desarrollo estratégico enfocado en la mejora continua y así mismo la disminución de las restricciones para lograr la rentabilidad, cabe destacar que el desarrollo de protocolos de detección de oportunidad de mejora es ineludible para mejorar la mejorar la calidad. Dichos hallazgos permitieron desarrollar la propuesta para disminuir o la búsqueda de las limitaciones que figuran en el diagrama de causa y efecto.

5.3 Análisis de las restricciones operativas del sector de la cerveza artesanal bajo la Teoría de las restricciones TOC

Se analizó bajo la teoría de las restricciones, hallazgos del diagrama de Ishikawa y los resultados de la encuesta, por lo que permitió identificar las limitaciones o cuellos de botellas del sector de la cerveza artesanal estos limitan la obtención de su máxima capacidad y por ende incursionar en el mercado masivo de la cerveza artesanal los cuales se detallan a continuación en cada paso de las TOC:

1. Identificación de la restricción (cuello de botella); se identifican los cuellos de botellas en el sector de la cerveza artesanal detallando a continuación:

- Falta de implementación de tecnología en área de producción y administración:
Se considera la falta de acompañamiento e importancia de software que permitan optimizar la capacidad de producción, sistemas contables y control de inventario que faciliten la toma de decisiones más acertadas relacionadas al crecimiento del emprendimiento.
- La escasez de materia prima: El sector de la cerveza artesanal es afectado por los altos costos de importación de la materia prima sumado con los impuestos al ingresar al país, esto limita su capacidad de producción y es un factor esencial para la innovación, desarrollo e investigación.
- Problemas en estructura de almacenamiento e infraestructura: Uno de los desafíos que enfrenta el sector de la cerveza artesanal está asociada a la falta de espacio físico para almacenar materia prima y el producto final esto puede limitar la capacidad de producción al momento de incursionar en un mercado más amplio que requiera producción a escala y la infraestructura adecuada que puede variar según la producción, transporte y puntos de ventas, cabe destacar que en el sector no cuenta con una estructura de ventas que le permita alcanzar mercados masivos.
- Falta de planificación estratégica: El sector de la cerveza es altamente competitivo y los emprendimientos de la cerveza artesanal enfrentan a las empresas de la cerveza industrial y la carencia de la planificación estratégica los limita a identificar nuevos mercados, desarrollar propuestas de valor, enfocar la innovación en áreas del sector necesarios, adaptarse a las preferencias del consumidor, desarrollar diversos procesos de circularidad y utilización de los recursos limitados para asignar efectivamente .

- Falta de estandarización en procesos de producción que le permitan la automatización y optimización de la producción.
2. Decisión para el aprovechamiento de la restricción; es necesario que el sector de la cerveza artesanal realice decisiones estratégicas para aprovechar las restricciones orientadas a fructificar los recursos óptimos como ser:
- a) Adquirir software orientados a producción, control contables y logísticos que le permitan automatizar los procesos de producción, administrativos y logísticos. Entre los softwares contables se encuentran; QuickBooks, Contpaq i, SAP Business One, Zoho Books, Wave que pueden oscilar con suscripciones al mes entre \$9 a \$150. Para los softwares de control de logística figuran SAP Business One, Odoo, Microsoft Dynamics 365, Outvio, Katana, Route4me, algunos programas son de acceso gratuito y otros dependen de las licencias, mantenimiento e implementación.
 - b) Explorar oportunidades de nuevas fuentes de materia prima realizando asociaciones, exploración en el mercado internacional, agricultura local, compras en bloques con diferentes sectores
 - c) Explorar la tercerización en cuanto al almacenamiento, estructura logística y ventas
 - d) Desarrollar un plan estratégico orientado a incursión de nuevos mercados, temas de circularidad y propuesta de valor, dirigiendo los recursos y realizando las diferentes combinaciones entre recursos de maquinaria y el recurso humano.
 - e) Establecer estándares y mejora continua en los procesos de producción desde el proceso de adquisición de materia prima hasta el envasado, etiquetado, almacenamiento y distribución.
3. La subordinación de cualquier otro elemento a la decisión anterior, los emprendimientos de la cerveza artesanal deben de optar a crear sistemas colaborativos que le permitan importar

materia prima a mayor escala para reducir los costos sin embargo, la negociación inicial deben ser dirigida a la producción actual, así mismo un sistema colaborativo le permite realizar negociaciones gubernamentales para solicitar apoyo, estos sistemas colaborativos les permite sincronizar actividades para impulsar las operaciones individuales a su vez compartir conocimiento y tecnología, con la importancia de no sobrecargar cada limitante expuesto como ser infraestructura, almacenamiento.

4. Elevar la restricción del sistema; al identificar conocer y explotar la restricción los emprendimientos de la cerveza artesanal deben analizar si es necesaria aumentar capacidad de la producción de la cerveza artesanal por lo que puede implicar en realizar inversión en innovación o reestructuración de los procesos, inversión en infraestructura, inversión en asesoramiento tecnológico, mejora continua, procesos de producción y administrativos.
5. El último paso es la repetición del proceso para identificar nuevas restricciones y evaluar si las restricciones de los emprendimientos de la cerveza artesanal se rompieron.

5.4 Propuestas de lineamientos para el sector de la cerveza artesanal en Honduras

1. Implementación de tecnología; es necesario que el sector de emprendimientos de cerveza artesanal invierta en tecnología moderna para mejorar la eficiencia y el control primordialmente en software de sistemas de gestión de producción que proporcione una visión en tiempo real y que permitan controlar todos los procesos de producción orientando a la calidad e incluso que permite desarrollar recetar, entre los 5 mejores softwares se encuentran; home Brewing software Beer Smith, Brewtarget, Brewers Friend, BeerTools Pro, StrangeBrew.

Es muy importante la identificación de problemas y un seguimiento de mejora continua, un software de planificación de recursos o gestión de inventario puede ofrecer una gestión de los diferentes ámbitos del emprendimientos en el área de contabilidad (entre los 5

más conocidos; QuickBooks, Contpaq i, SAP Business One, Zoho Books, Wave, una alternativa a un software puede ser el uso de Microsoft Excel), administración de esta forma reducir tiempos y eficacia en las decisiones para lograr desarrollo estratégico, cabe destacar que también existen sistemas de control de calidad que pueden realizar análisis de calidad y de las diferentes etapas de producción para monitorear y permitir la automatización de procesos desde la temperatura para fabricar cerveza hasta el tiempo de envasado y etiquetado.

2. Fomentar la investigación y desarrollo continuo e innovación; la inversión en investigación y desarrollo permite a un sector demandante crear ventajas competitivas que para lograr la diferenciación en el mercado con ofertas únicas y atractivas, el sector orienta el recurso de investigación en innovación en el producto sin embargo, considerar invertir en innovación en áreas administrativas puede desarrollar una estructura y solidez en el negocio que le facilite enfrentar y disminuir las restricciones de esta manera alcanzar rentabilidad.

De la misma manera, la inversión en innovación en el área de distribución establece una base fundamental al incursionar en un mercado de consumo masivo como ser la inversión en puntos de ventas los cuales son fundamentales para que los emprendimientos sobrevivan y logren un crecimiento adecuado, la diversidad de la venta le permite acceder a diferentes mercados es necesarios identificarlos y desarrollar los puntos de ventas de acuerdo a las necesidades específicas del público seleccionado. A su vez la inversión en innovación en diseño es esencial para lograr posicionamiento y reconocimiento de la marca.

3. Desarrollo de ecosistemas colaborativos; la sincronización de los emprendimientos cerveceros mediante la agrupación le puede permitir desarrollar colaboraciones sólidas con proveedores y acreedores de materia prima para garantizar y eliminar la escasez de materia prima, siempre orientado a la calidad, la confianza y así disminuir el costo por comprar a

mayor escala e impuestos de importación, también el desarrollo de negociaciones en conjunto en compras de tecnología, equipo y maquinaria, los ecosistemas ofrecen una solución alternativas referente al acceso de a recursos compartidos entre los emprendimientos de cerveza artesanal entre ellos; materia prima, equipos y software especializados y el conocimiento técnico de los diversos emprendimientos cerveceros artesanales esto puede impactar directamente en la eficiencia operativa.

Además de estos beneficios un sistema colaborativo, fomentan la innovación compartiendo ideas, técnicas experiencias para mejorar y desarrollar nuevos productos y procesos de cerveza artesanal, desarrollo de nuevos mercados aprovechando la reputación y el reconocimientos de sus compañeros para obtener posicionamiento en áreas donde no son conocidos, otro punto es las redes de distribución colaborativas para mejorar cobertura estableciendo redes logísticas y rutas de entrega, a su vez negociaciones con el gobierno para solicitar apoyo a un sector emergente y solicitudes al acceso de créditos encontrando soluciones conjuntas.

4. Especialización; aportando a la idea de ecosistemas colaborativos la distinción de algo en específico por cada emprendimiento ofrecería una variedad y diversidad de productos en el cual cada negocio se perfeccionaría en un tipo de cerveza y recetas específicas, desarrollando un nivel de experiencia que se podría traducirse en creación de cerveza y procesos de alta calidad, esto aportaría al reconocimiento y posicionamiento en el mercado como también la creación de una ruta turística cervecera.
5. Fomentar la planificación estratégica en el sector de la cerveza artesanal; esto ofrece a los emprendimientos de la cerveza artesanal tener una visión a largo plazo con objetivos claros hacia dónde dirigir sus negocios, estableciendo metas alcanzables a corto, mediano o largo plazo que los integrantes de los emprendimientos puedan seguir, así mismo responder al

entorno competitivo y cambiante, esta planificación puede establecer indicadores de seguimientos como los indicadores claves de desempeño (KPIS) que permitan monitorear y realizar una medición del avance de los objetivos plasmados y así identificar los errores y aplicar la mejora continua, entre los KPI que se pueden utilizar; porcentaje de rendimiento por lote, tiempo de fermentación, no exceder en el tiempo de mura, pH de cerveza terminada, control de volumen de alcohol, claridad de cerveza, perfil de aroma y sabor, eficacia de producción, índice de eficiencia de agua, rendimiento por envase.

Así mismo dicha planificación establece fundamentos para construir resiliencia en el emprendimiento para anticipar sus riesgos y enfrentar los cambios inesperados de forma eficiente, en resumen la elaboración de un plan estratégico permite establecer una estructura sólida que sirve como una guía y facilitar la toma de decisiones y combinaciones adecuadas de los recursos.

6. Sostenibilidad y responsabilidad social; se recomienda al sector de la cerveza artesanal realizar prácticas sostenibles y de responsabilidad social esto puede generar una ventaja competitiva en un mercado en el cual cada vez más se interesa en las empresas que tiene un comportamiento de esta naturaleza y a la vez generar iniciativas con respeto al medio ambiente y socialmente responsable, actividades de circularidad pueden ofrecer una solución a procesamientos de los desechos y desperdicios e incluso el desarrollo de envases biodegradables sería muy bien visto por la sociedad y el ámbito empresarial, todo esto puede ser asesorado por expertos como ser; la Fundación hondureña de responsabilidad social empresarial (FUNDAHRSE), el cual ofrece lineamientos específicos a la empresas que quieran aportar positivamente al país.

A su vez otras actividades de sostenibilidad que pueden realizar los emprendimientos de la cerveza artesanal son; reciclaje de residuos, reutilización de envases o desarrollo de

envase biodegradable, desarrollo de tratamiento de agua para reutilización, desarrollo de modelos circulares, cadena de suministro responsable (exigencia a los acreedores y proveedores), gobernabilidad orientada a sustentabilidad y responsabilidad social empresarial, establecimiento de códigos de conducta, voluntariado corporativo.

7. Tercerización de servicios en áreas de almacenamiento e infraestructura; el desarrollo de alianzas estratégicas puede ofrecer una solución a corto plazo con problemas de falta de almacenamiento e infraestructura adecuada, así reducir la restricción y generar una ventaja competitiva entre los beneficios se encuentra; la reducción de costos operativos y así evitar la inversión en construcción, mantenimientos, operaciones e incluso personal, la flexibilidad y control de escalabilidad para incrementar o reducir según la capacidad de almacenamiento e infraestructura necesaria según la demanda o temporada, acceso a tecnología o sistemas de las empresas que ofrecen la tercerización, reducción de riesgos operativos asociados a las instalaciones, seguridad y riesgos.
8. Desarrollo de estrategias para incursionar en el mercado masivo; investigación de mercado, elaboración de estrategias de mercadotecnia innovadoras utilizando diversos canales, promociones temporales, bandeos con productos de otros sectores, campañas creativas y fomentar la degustación en eventos, participación en las ferias para lograr oportunidad y reconocimiento así mismo logrando la retroalimentación para la mejora continua del producto.
9. Desarrollar una infraestructura de ventas; es necesario desarrollar en el sector una infraestructura de venta efectiva, para ello es necesario identificar el mercado meta y comprender sus necesidades y así definir metas medibles, establecer los volúmenes de ventas específicos para desarrollar una cuota de mercado y tener una visión de incursión de mercados masivos, de esta forma se puede desarrollar un plan de ventas para construir

tácticas y promover el producto, así mismo construir una red de puntos de ventas con personal capacitado para comunicar de forma efectiva los atributos y lograr la venta a minoristas y mayorista, ampliando el mercado actual, cabe destacar que el desarrollo de alianzas para comercializar pueden ampliar el reconocimiento de la marca.

La apertura de rutas de ventas es un factor que juega un papel crucial para el desarrollo de una infraestructura de venta la cual inicia con el mapeo de los clientes minorista y mayorista, así como la ubicación de los puntos de ventas existentes y posibles lugares como resultado de una investigación de mercado, al identificar los elementos antes en mención es necesario establecer las rutas de entregas según las ubicaciones geográficas.

10. Estandarización en el área de ventas y procesos de producción; la estandarización en el área de las ventas podría aportar la eficiencia operativa en cada proceso de ventas para mejorar la eficiencia esto da paso a la automatización de cada tarea que implica la venta (preventiva, venta, postventa), así mismo la implementación de un seguimiento de cartera de clientes y así desarrollar la gestión de operaciones como también la consistencia en la estrategia de experiencia al cliente que garantice la uniformidad para los clientes en cada proceso, mejorando la calidad del servicio incluyendo protocolos de atención al cliente y capacitación de personal con un enfoque a la adaptabilidad y escala que permita lograr expandirse a nuevos mercados.

Es importante que cada proceso de producción desde la adquisición de materia prima hasta procesos como el envasado y etiquetado estén estandarizados para garantizar la calidad de la cerveza y alcanzar efectividad operativa optimizando secuencias y reduciendo tiempos, holguras, desperdicios y así como resultado mayor rentabilidad y menor atraso en tiempos de entregas. La estandarización va de la mano con la automatización de procesos acompañado de

la identificación de errores y mejora continua, estableciendo métricas que permitan evaluar la efectividad de cada proceso.

11. Inversión en automatización y transformación de producto; la automatización en procesos repetitivos es clave para incrementar significativamente la eficiencia, una producción más rápida, consistente y facilitando el proceso de mejora continua, de esta forma eliminar la variabilidad de la cerveza artesanal producto de la intervención humana como ser; la mezcla de la receta, temperatura en la cocción, tiempo de fermentación y así incrementar la calidad y el cumplimiento de estándares, ahorrando costos y la flexibilidad de la producción de esta manera obtener más tiempo de enfocarse en creatividad e innovación de transformación de producto para lograr mejorar la diferenciación como estrategia competitiva, incluyendo procesos y diseño que permitan adaptarse a las tendencias para expandir la cartera de clientes.

Con el fin de lograr la automatización es necesario identificar cada proceso y determinar tiempos por lo que un manual de procesos permite conocer y describir el mismo, a su vez la elaboración de rutas críticas que permitan la medición de los tiempos y determinar las holguras existentes entre procesos con el fin de obtener hallazgos para tomar decisiones por ejemplo implementar un software, eliminar o fusionar un proceso con otro, establecer protocolos o realizar una reingeniería de procesos.

12. Combinación de recursos existentes; la correcta combinaciones de recursos existentes entre materia prima, equipo, recursos humano en los emprendimientos les permiten enfrentar las diversas limitaciones, esto le puede proporcionar un desarrollo de una estructura organizacional sólida y realizar las combinaciones efectivas de sus recursos actuales y adaptar la innovación en las diferentes áreas sensibles y la aplicación de la tecnología para automatizar procesos de acuerdo con el capital de trabajo y capital invertido (equipo y

maquinaria) de este modo alcanzar una mayor rentabilidad y un óptimo y maximizar la producción para incursionar en mercados de consumo masivo.

DEGT-UNAH

CAPÍTULO VI. MARCO DE DISCUSION

CAPÍTULO VI. MARCO DE DISCUSIÓN

6.1 Discusión

Los resultados obtenidos, expuestos en la presente tesis permite el contraste con investigaciones previas, según las similitudes o diferencias, objetivos, preguntas, relevancia con los hallazgos, implicaciones, aplicaciones, limitaciones que permitan realizar las respectivas sugerencias para investigaciones futuras, en vista a ello se expresan los factores explicativos detallados a continuación:

Los hallazgos principales en el factor de restricción operativa son; problemas de adquisición de materia prima, falta de planificación estratégica, no existe estandarización en procesos de ventas que permitan establecer una fuerza de venta estructurada, a su vez la escasa estandarización en procesos de producción como el envasado, necesidad en áreas de almacenamiento e infraestructura adecuada. En los factores de restricción financiera los principales hallazgos son; la dificultad de acceso a crédito y el déficit de garantías, no todos los emprendimientos están constituidos formalmente como también algunos no tienen definidos los controles contables.

Las restricciones políticas como ser; la afectación de impuestos para operar y aranceles que elevan el costo de la materia prima. En cuanto al factor de la innovación, la falta de inversión de investigación e innovación, escasa innovación en procesos de producción y diseño de cerveza, los emprendimientos de la cerveza artesanal no tienen definidos controles para la identificación de oportunidad de mejora, no implementan software en producción y áreas administrativas que permita optimizar, sumado a todas las restricciones antes en mención la falta de reconocimiento y ecosistemas colaborativos que dificultan la incursión al mercado masivo de bebidas en Honduras.

Los resultados evidencian que la mayoría de los emprendimientos de la cerveza artesanal alcanzaron la madurez sin transitar los procesos de pre-incubación e incubación sin embargo tres

negocios que pasaron por el proceso de pre-incubación y un negocio por el proceso de incubación presentaron buenos resultados en colaboraciones tecnológicas, técnicas y financiera como el acceso a crédito. Dichas restricciones financieras representan ser un obstáculo para invertir en investigación e innovación así como inversión en áreas de almacenamiento e infraestructura, estos relacionados directamente con las restricciones operativas que le permitan incrementar la capacidad de producción y falta de plan estratégico le limita el desarrollo estratégico al emprendiendo.

Cabe destacar que la inversión en investigación e innovación puede reducir ciertas limitaciones operativas, así como optimizar o automatizar procesos que permitan alcanzar rentabilidad y de paso a la creatividad desarrollando una situación de supervivencia a crecimiento que permitan incursionar en mercados masivo en Honduras. La situación del sector de la cerveza artesanal desde los cinco puntos de Schumpeter refiere a que el primer punto de la introducción de nuevos productos, el sector es versátil en la elaboración de nuevos tipos de cerveza artesanal y mejora de las recetas orientadas a la calidad e innovación de producto.

En el segundo punto de adopción de nuevas técnicas de producción de cerveza artesanal, el sector no cumple de manera efectiva, los emprendimientos no cuentan con el financiamiento para implementar la innovación y mejora de procesos de producción y administrativos e implementación de tecnología que permitan optimizar y automatizar, por lo que no lo consideran como primer plano este punto. El tercer punto apertura e incursión de nuevos mercados el sector de cerveza artesanal cumple medianamente, algunos negocios identificando oportunidades sin embargo; las limitaciones de maquinaria, infraestructura, almacenaje y fuerza de venta no le permite competir en el mercado de consumo masivo en Honduras.

Desde el cuarto punto de obtención de nuevas fuentes de suministro el sector presenta limitaciones en cuanto las dificultades por escasez, falta de financiamiento y altos costos de

importación de la materia prima, en el quinto punto la destrucción de monopolios temporales el sector desarrollo monopolios temporales orientando su cerveza artesanal a un mercado específico.

En relación a estudios previos, según Bishop et al, (2013), las restricciones operativas, políticas y financieras como el acceso a financiamiento, brechas en infraestructura, leyes, impuestos y tecnología afectan a los emprendimientos para su crecimiento, compartiendo una similitud con el estudio de los emprendimientos del sector cervecero enfrentando problemas muy parecidos que le restringen la incursióna mercados masivos orientando estrategias de supervivencia.

Desde las restricciones financieras los resultados obtenidos por Sánchez Pérez (2021), son similares a la presente investigación en el contexto que los factores de financiamiento son esenciales para el desarrollo de negocios con base en innovación y desarrollo como la creación de ecosistemas presentando como principal causa el acceso a financiamiento de los negocios por no contar con las garantías requeridas, en comparación de los emprendimientos de la cerveza artesanal el acceso a financiamiento limita la inversión en innovación, almacenamiento e infraestructura sin embargo se considera que el financiamiento no limita la creación de ecosistemas colaborativos, a diferencia de ello ofrece una solución viable a la restricción financiera, operativa y gubernamentales.

En comparación de la presente tesis y la investigación de Arzola & Mejías (2007), que al aplicar el modelo de las 7D, dio como resultado que para competir en el mercado es necesario que los negocios trabajen de manera estructurada enfatizando la innovación, en concordancia con lo anterior en los resultados el sector de la cerveza artesanal presentan como limitaciones la falta de inversión en innovación de procesos, ventas y escasa planificación estratégica que no le

permitan la consolidación y generación de ventajas competitivas para lograr incursionar en el mercado de consumo masivo.

Cabe destacar que en la presente investigación según los resultados se resalta la importancia de la innovación sin embargo aun así como en la investigación desarrollada por Quintana (2005), las PYMES tienen una deficiencia en la I+D+i en temas de innovación y financiamiento al igual que la planificación.

En comparación al estudio en Uruguay que realizó Cabrera et al, (2021), las principales limitaciones en el sector de la cerveza artesanal es su rentabilidad menor y el precio de venta, sin embargo en la presente investigación se considera que lo principales limitaciones que enfrenta el sector es la dificultad de acceso a créditos y elementos operativos como la infraestructura, almacenamiento, estructuración del departamento de ventas, esto puede depender de las circunstancias específicas del país.

Un estudio realizado en Argentina por Colino et al, (2017), proporcionó como resultado la importancia de la cadena de valor y la estructura organizacional, así como la aplicación de redes domésticas y estandarización de procesos para lograr el desarrollo de los mismo, existen resultados similares al sector de la cerveza artesanal en Honduras, donde se realiza énfasis en la estandarización, redes colaborativas y promover la planificación estratégica para la consolidación del negocio.

La aplicación de un estudio al sector de la cerveza artesanal en Perú identificó que los factores de recursos humanos y tecnología en procesos inciden directamente en la calidad y que pueden mejorar de forma significativa sin realizar una fuerte inversión (Olivares Apaza et al., 2023). En comparación con el sector de la cerveza artesanal en Honduras el sector no considera relevante la aplicación de tecnología en procesos o innovación y creatividad en producción por lo

que representa un limitante para alcanzar un incremento de producción adecuado para el mercado masivo de Honduras.

La presente investigación sienta bases del tema de estudio y da a conocer la situación actual de las restricciones de los emprendimientos de cerveza artesanal en Honduras, es decir aporta ante la escasa literatura proporcionado un extracto distinto de la temática, se considera que las limitaciones de la investigación están relacionadas a que diversas respuestas pueden tener un sesgo por temas sensibles al encuestado por lo que nuevos procesos de validación en futuras investigaciones pueden ser incluidos, así como el reconocimiento para el levantamiento de datos de algunos emprendimientos del sector de la cerveza artesanal locales pocos conocidos y que se encuentran realizando operaciones de manera informal.

Es necesario considerar que el recurso financiero es de vital importancia para la aplicación práctica de los lineamientos sugeridos, el cual algunos emprendimientos de la cerveza artesanal no tienen acceso a dichos recursos y no poseen las garantías necesarias así como no están constituidos de manera formal sin embargo, la creación de un ecosistemas colaborativos podría ofrecer una alternativa viable para disminuir limitaciones operativas, financieras, gubernamentales y las negociaciones en conjunto para garantizar los beneficios al sector, cabe destacar que un ecosistema colaborativo los nuevos emprendimientos de la cerveza artesanal pueden obtener el beneficio de la pre incubación, incubación y post incubación de parte del sector para lograr un proceso de consolidación adecuado.

Se sugiere para investigaciones futuras del sector de la cerveza artesanal abordar de manera más profunda los beneficios y modelos de ecosistemas colaborativos, para identificar y comprender cómo se desarrollan las colaboraciones sincronizadas, fomentando las innovaciones colaborativas y el desarrollo de redes cerveceras y comunidad de esta forma aportar al sector de la cerveza artesanal y a la academia.

CAPÍTULO VII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CAPITULO VII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 CONCLUSIONES

Las conclusiones de la investigación se construyen en base a los objetivos trazados, con el propósito de dar una respuesta acertada y precisa a lo formulado en cuanto a los factores de restricción e innovación de los emprendimientos cerveceros artesanales para incursionar en el mercado masivo en Honduras.

1. En cuanto a la determinación de diferencia de valoración de las variables de las restricciones operativas, financieras, políticas e innovación y la incursión exitosa al mercado masivo de Honduras, los resultados reflejan un alto nivel de diferencia significativa entre la valoración de las variables, por lo que se acepta la hipótesis de investigación.
2. El sector evidencia que la mayoría de los emprendimientos de la cerveza artesanal no transitaron procesos de pre-incubación e incubación para alcanzar la madurez siendo un total de cuatro negocios los cuales obtuvieron buenos resultados en procesos colaborativos de financiamiento, capacitación técnicas y tecnología, esto puede deberse a la naturaleza independiente de los emprendedores de este sector iniciando como proyectos personales e inversión propia sin considerar la necesidad de dichos procesos, dicho ello adquieren conocimiento de carácter empírico a través de tutoriales en internet, libros, con un enfoque de negocio local o de carácter informal, desconociendo los beneficios de conocimientos del proceso de pre- incubación e incubación.
3. En cuanto a las restricciones operativas, existen deficiencia en implementación de innovación, tecnología moderna y adecuada para optimizar procesos en producción, ventas y administrativos, así como como una estructura de ventas e inversión en

infraestructura, adquisición de materia prima, falta de estandarización, almacenaje y planificación estratégica que permiten realizar las combinaciones de recursos adecuados para desarrollar producción a escalas y estrategias así logrando la exitosa incursión de mercado masivo en Honduras.

El factor de las restricciones financieras es de vital importancia y el sector de emprendimientos de cerveza artesanal expresa un 50% de nivel regular para acceder al crédito y el 57% no cuenta con las garantías requeridas. El factor de restricción políticas es necesario considerar que el 42% de los emprendimientos son afectados por las leyes locales al momento de operar y 64% tienen dificultades al momento de importar la materia prima por efectos de impuestos en el proceso de importación. La innovación es un factor que evidencia la falta de inversión, interés en patentes, innovación en procesos, diseño, escasa identificación de problemas, aplicación de software en sistema de producción y áreas administrativas.

Se identifican algunas restricciones que inciden en la rentabilidad, precio de venta e innovación de operaciones así como también la capacidad de producción y desarrollo estratégico entre ellas están; los problemas de adquisición de materia sumado al incremento por importación esto impide la capacidad de producción, además la importancia de la tecnología que permita optimizar y automatizar diferentes procesos en diversas áreas, la falta de una adecuada infraestructura y almacenamiento esto limita directamente a la capacidad de producción y la efectiva incursión a mercados masivos, la inexistente planificación estratégica y estructura de ventas afectan al crecimiento de los emprendimientos para alcanzar la rentabilidad.

4. Los resultados de la prueba de hipótesis expresan que existe un nivel alto de diferencia significativa de valoración de las variables; factores de restricciones

operativos, financieros, políticos, innovación y la incursión en el mercado masivo de Honduras siendo el resultado de la prueba de hipótesis Friedman ($X^2=54.589$, $p = 0.000$). Esto significa que dichas restricciones les afectan desde diversas perspectivas a los grupos evaluados para lograr acceder a un mercado masivo.

5. Al evaluar los hallazgos desde la posición de la teoría de Schumpeter obtenidos en la recolección de datos con un instrumento estructurado, el cual utilizó el modelo de las 7 D y escala de Likert, **como primer punto** es la introducción de nuevos productos en donde Schumpeter lo aborda como un factor fundamental para la generación de ventaja competitiva e incursión en nuevos mercados, el sector refiere que los emprendimientos son de naturaleza versátil orientados al innovación de producto y desarrollo de nuevas cervezas con énfasis a la calidad y experiencia al cliente.

En el segundo punto la adopción de nuevas técnicas de producción, la teoría describe la necesidad de este apartado para lograr la productividad e incremento de producción, a su vez la eficiencia y reducción de costos, en comparación con los hallazgos el sector de cerveza artesanal se considera bajo al no considerar la aplicación de innovación en procesos o diseño, así como inversión en infraestructura y almacenamiento o contar con los recursos financieros.

Schumpeter considera, en el **tercer punto** la apertura e incursión de nuevos mercados como las acciones para lograr la expansión de los emprendimientos e incremento de rentabilidad, en concordancia con lo anterior el sector analizado cumple medianamente encontrándose en la etapa de identificación de nuevos mercados los cuales están limitados por restricciones operativas y financieras.

En el cuarto punto la obtención de nuevas fuentes de suministro el cual la teoría describe como el desarrollo de nuevas fuentes de insumo, los emprendimientos

cerveceros no cumplen este inciso, son limitados por la escasa materia prima que se importa del extranjero.

El quinto punto la literatura explica este inciso como el proceso impulsado por la innovación y emprendimientos que desplaza a las empresas existentes y expansión de mercado, dicho lo anterior el desarrollo de monopolios temporales y destrucción de existente en el mercadode la cerveza artesanal, los emprendimientos han desarrollados monopolios temporales orientadosa nichos específicos para comercializar de manera local y en el sector de bares y restaurantes.

6. Al evaluar el objetivo relacionado a los ecosistemas colaborativos, en el sector de los emprendimientos cerveceros de Honduras el concepto es inexistente, cabe destacar que sistemas colaborativos pueden reducir las restricciones ofreciendo salidas alternativas entre las cuales puede ser; negociaciones colectivas con proveedores y acreedores, acercamientos al gobierno para solicitar apoyo al sector para incentivar el crecimiento, transmisión de tecnología y capacitaciones técnicas, acercamientos con el sector de la banca e instituciones de naturaleza crediticia.
7. Se propuso lineamientos orientados a la generación de ventaja competitiva, innovación y disminución de restricciones entre ellos la implementación de tecnología para optimizar procesos de producción, administrativos, a su vez fomentar la investigación y desarrollo continuo en las innovaciones tanto en procesos como en producto para alcanzar la diferenciación de mercado. En este mismo orden de ideas los sistemas colaborativos ofrecen el intercambio de tecnología y diversas colaboraciones en diferentes aspectos.

El desarrollo de prácticas sostenibles y de responsabilidad social, desarrollo de infraestructura de ventas, aperturas de rutas, estandarización en la diversas áreas y

automatización de estas, así mismo evaluar para realizar las combinaciones de recursos existentes eficientes y rentables.

DEGT-UNAH

7.2 RECOMENDACIONES

A continuación, se da a conocer las recomendaciones de la investigación, después de analizar los resultados, discusión y conclusiones, detallando a continuación:

1. Es necesario que el sector de los emprendimientos de cerveza artesanal desarrolle estrategias y evolucione para enfrentar las diferencias significativas de las restricciones operativas, financieras y políticas, implementando la innovación para optimizar sus procesos con tecnología y mejora continua, adoptando buenas prácticas sostenibles, todo esto para lograr la incursión exitosa a mercados masivos.
2. Promover por parte del sector la participación de procesos de pre- incubación, incubación y post incubación, proporcionado recursos y asistencia técnica con el fin de homogeneizar el sector orientados a buenas prácticas y obtención de nuevas oportunidades. Además, invertir en desarrollo del talento mediante la formación de habilidades técnicas que permitan la consolidación del sector y especialización para la generación de una estrategia competitiva.
3. Se recomienda aplicar un estudio de mercado para lograr identificar el segmento, aceptación de nuevas cervezas, selección del mercado meta, comprensión de los hábitos de consumo y selección de productos, esto les permitirá la generación de una cerveza artesanal diseñada según los resultados, a su vez un análisis de la competencia como el estudio de benchmarking con el fin de comprender sus competidores, estrategias y buenas prácticas que sirvan como punto de referencia. En concordancia con lo anterior un análisis FODA le permitirá al sector de la cerveza artesanal evaluar sus fortalezas, debilidades, amenazas y así lograr una óptima toma decisiones, desarrollo de estrategias, gestión de riesgo y planificación estratégica.

4. Para lograr reconocimiento e incursión de nuevos mercados se alienta a lograr la adaptación al mercado local o prospecto adecuando la cerveza artesanal según las preferencias, como también la participación de en ferias de cerveza, colaboración con otro sector, desarrollo de estrategias de comunicación efectivas. Referente a la escasez de la materia prima los ecosistemas colaborativos, la integración vertical (agricultura local) y la investigación de nuevos insumos pueden ofrecer una solución a dicha escasez, la aplicación de mejora continua y desarrollo constante de estrategias competitivas le permite al sector de cerveza artesanal competir con los monopolios existentes o la creación de monopolios temporales.
5. Reflexionar sobre la planificación estratégica como un factor importante que permita abordar la incursión en mercados masivos, expansión de producción, mejora de estructura de ventas y prácticas sostenibles orientados a la circularidad. Se recomienda realizar análisis más profundos enfocados en restricciones con diferentes proyecciones que permitan comprender las implicaciones en la toma de decisiones en las diferentes temáticas de los emprendimientos del sector de la cerveza artesanal como ser la inversión en infraestructura, almacenamiento en contraste con la tercerización de servicios para comprar rentabilidad y costos siendo este una solución para las restricciones operativas. Por ende también impulsar la innovación en diferentes procesos con un acompañamiento de la mejora continua y controles que permitan identificar oportunidades, a su vez fomentar la aplicación de tecnología para lograr la automatización y optimización de procesos con la adquisición de software de producción y administrativos.
6. Incentivar ecosistemas colaborativos de cerveza para mejorar el acceso a financiamiento con consideración acercamientos colectivos a las entidades

financieras, negociaciones con proveedores, acreedores para reducir costos, transmisión de tecnología y capacitación.

7. Con el fin de disminuir o enfrentar las restricciones políticas los ecosistemas colaborativos permiten realizar negociaciones con el gobierno para abogar por políticas favorables y apoyo en el sector, así como la revisión de los altos impuestos de importación, así misma participación con la cámara de comercio de Honduras y Secretaría de Turismo todo esto permite incentivar el crecimiento del sector y permitir la generación de nuevos negocios.

DEGT-UNAH

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Ablin, A. (2014). *El mercado de la cerveza*. Alimentos Argentinos – MinAgri .

https://alimentosargentinos.magyp.gob.ar/contenido/sectores/bebidas/Informes/Cerveza_02_2011_05May.pdf

Acosta-Tzin, J. V., & Acevedo, M. R. (2023). Los factores de restricción e innovación en los emprendimientos del sector cervecero: caso Honduras. *Universidad y Sociedad*, 15(1), 445-455. <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/3559>

Aguilera, C. I. (2000). Un enfoque gerencial de la teoría de las restricciones. *Estudios gerenciales*, 77, 53-59.

https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=UN+ENFOQUE+GERENCIAL+DE+LA+TEORIA+DE+LAS+RESTRICCIONES&btnG=#d=gs_cit&t=1680203089583&u=%2Fscholar%3Fq%3Dinfo%3ABqOUi6sKr_wJ%3Ascholar.google.com%2F%26output%3Dcite%26scirp%3D0%26hl%3Des

Albán-Cabaco, B., Núñez-Tabales, J., & Sánchez-Cañizares, S. (2015). El sector cervecero artesanal español y sus posibilidades de internacionalización. *Regional and Sectorial Economic Studies*, 15(2), 145-156. <https://www.usc.es/economet/reviews/eers15211.pdf>

Aldaves Quispe, R. B., & Noriega Sanz, O. (2018). *La gestión de los costos de calidad y su impacto financiero en el sector cervecero peruano, año 2017*. Universidad Peruana de ciencias aplicadas, Facultad de negocios.

https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/625974/Aldaves%20_QR.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Alizo, M., Graterol, Á., Hernández, R., & Añez, S. (2007). Emprendimiento emergente y estrategias gerenciales para lograr el éxito en el mercado. *Revista de Formación Gerencial*, 6(6), 113-146. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2578401.pdf>
- Alonso-Martínez, D., González-Álvarez, N., & Nieto, M. (2015). La innovación social como motor de la creación de empresas. *UCJC Business and Society Review (formerly known as Universia Business Review)*, 47. <https://journals.ucjc.edu/ubr/article/view/1505/1625>
- Amaiquema Marquez, F. A., Vera Zapata, J. A., & Zumba Vera, I. Y. (2019). Enfoques para la formulación de la hipótesis en la investigación científica. *Conrado*, 15(70), 354-360. http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1990-86442019000500354&script=sci_arttext&tlng=en
- Amantino, A. K. (1998). *Revista teoría e evidência econômica*, 5(10), 127-140. <https://seer.upf.br/index.php/rtee/article/view/4780>
- AMDC. (29 de Agosto de 2023). Administración municipal distrito central Honduras. Tegucigalpa, Francisco Morazán, Honduras. <https://amdc.hn/>
- Apaza Machaca, R., & Antecio Rojas, Y. (2017). *Tecnología para la elaboración de una cerveza artesanal tipo ale, con sustitución parcial de malta (hordeum vulgare) por guiñapo de maiz morado*. Tesis, Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa, Ingeniería Industrial, Arequipa. <https://repositorio.unsa.edu.pe/items/b86352b1-f14b-4af6-ae81-d6ea43fc5cdb>
- Arreaga Pérez, P. S., & Jiménez Carpio, G. A. (2022). Desarrollo de un Sistema Web de manejo de información de compra y venta para el emprendimiento a lo mero Guayaquil de la

ciudad de Guayaquil. Tesis, Universidad de Guayaquil.

<http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/59957>

Argibay, J. C. (Junio de 2009). Muestra en investigación cuantitativa. *Subjetividad y procesos cognitivos*, 13(1), 13-29. http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1852-73102009000100001&script=sci_arttext&tlng=en

Arzola, M. (2007). ¿Cómo medir la innovación en el sector de los servicios?: evidencia empírica en el sector financiero, ciudad guayana, venezuela. *Universidad, Ciencia y Tecnología*, 11(7), 167-172. https://ve.scielo.org/scielo.php?pid=S1316-48212007000400002&script=sci_arttext

Arzola, M., & Mejías, A. (2007). Modelo conceptual para gestionar la innovación en las empresas del sector servicios. *Revista venezolana de Gerencia*, 12(37), 66-79. http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-99842007000100005

Astudillo Durán, S., & Briozzo, A. E. (2015). Factores determinantes de la innovación en las mipymes manufactureras de la Argentina y el Ecuador. *Revista FIR, FAEDPYME International*, 4(7), 53-65. <https://repositoriodigital.uns.edu.ar/handle/123456789/5296>

Atehortua Carvajal, S., & Patiño Gutiérrez, J. (2014). *Aplicación de la metodología TAC (Tambor- Amortiguadro- Cuerda) desde TOC (Teoría de Restricciones) para un sistema de producción a través de un modelo de simulación en el grupo de investigación Geipro de la Unidad Central del Valle del Cauca*. Tesis, Unidad central del valle del cauca, facultad de Ingeniería industrial, Tuluá. <http://hdl.handle.net/20.500.12993/198>

Audretsch, D., & Keilbach, M. (2004). Does Entrepreneurship Capital Matter? *Entrepreneurship Theory and Practice*, 28(5), 419-429.

<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1111/j.1540-6520.2004.00055.x>

Audretsch, D., & Keilbach., M. (2005). Entrepreneurship Capital-determinants and Impact on Regional Economic Performance. *Papers on Entrepreneurship, Growth and Public Policy*(4905). https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=734405

Ávila Bello, M. (2020). *Variables de éxito del Silicon Valley: Sus posibles ventajas y desventajas aplicadas en la ciudad de Medellín como ecosistema innovador en desarrollo*. Tesis, Tecnológico de Antioquia. <https://dspace.tdea.edu.co/handle/tda/538>

Ávila, L. G., & Jaramillo, M. E. (2023). *Análisis de las estrategias de comercialización de las cervezas artesanales ecuatorianas*. Tesis, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí,, Manta. <https://repositorio.ulead.edu.ec/handle/123456789/4490>

Banco Central de Honduras. (2016). *Informe de Producto Interno Bruto 2016*. BCH, Tegucigalpa. <https://www.bch.hn/estadisticas-y-publicaciones-economicas/sector-real/producto-interno-bruto-trimestral>

Banco Central de Honduras. (2017). *Informe de Producto Interno Bruto*. Tegucigalpa. <https://www.bch.hn/estadisticas-y-publicaciones-economicas/sector-real/producto-interno-bruto-trimestral>

Banco Central de Honduras. (2018). *Informe de Producto Interno Bruto*. Tegucigalpa. Retrieved 2022, from <https://www.bch.hn/estadisticas-y-publicaciones-economicas/sector-real/producto-interno-bruto-trimestral>

- Banco Central de Honduras. (2019). *Informe de Producto Interno Bruto*. Tegucigalpa. Retrieved 2022, from <https://www.bch.hn/estadisticas-y-publicaciones-economicas/sector-real/producto-interno-bruto-trimestral>
- Banco Central de Honduras. (2020). *Informe de producto Interno Bruto*. Tegucigalpa. <https://www.bch.hn/estadisticas-y-publicaciones-economicas/sector-real/producto-interno-bruto-trimestral>
- Banco Central de Honduras. (2021). *Producto Interno Bruto*. Banco Central de Honduras, Tegucigalpa. <https://www.bch.hn/estadisticos/EME/Informe%20del%20Producto%20Interno%20Bruto%20Trimestral/Productos%20Interno%20Bruto,%20I%20trimestre%202021.pdf>
- Banco Mundial & Corporación Financiera. (2009). *Business, Doing*. Informe anual, Banco Mundial. <https://archive.doingbusiness.org/content/dam/doingBusiness/media/Annual-Reports/Foreign/DB09-FullReport-Spanish.pdf>
- Banco Mundial & Corporación Financiera. (2022). *Business, Doing*. Informe anual, Banco Mundial. <https://archive.doingbusiness.org/es/reports/global-reports/doing-business-2020>
- Barahona, D. (2023). Modelos de incubación de empresas: Estudio de casos en la Educación Superior de Honduras. *Espíritu Emprendedor TES*, 7(3), 21-38. <https://doi.org/DOI:10.33970/eetes.v7.n3.2023.342>
- Barrera León, Y. (2021). *Identificación de mercados potenciales para la exportación de la cerveza artesanal*. Tesis, Universidad Antonio Nariño, Facultad de Ciencias Económicas, Bogotá.

<http://repositorio.uan.edu.co/bitstream/123456789/4569/1/2021YimmyAlejandroBarreraLe%c3%b2n.pdf>

Barrera Lievano, J. A., & Parra Ramírez, S. M. (2020). Factores determinantes para el acceso de las MIPYME al crédito gota a gota. *Revista republicana*, 28, 217-236.

<https://doi.org/https://doi.org/10.21017/rev.repub.2020.v28.a84>

Bedoya, M., & Arango, B. (2017). Emprendimiento corporativo e innovación: Una revisión y futuras líneas de investigación. *Revista espacios*, 38(17), 20.

<https://www.revistaespacios.com/a17v38n17/17381720.html>

Beristain Hernández, L. M. (2009). Una Revisión de la Interpretación Económica sobre la Innovación. *Journal of Technology Management & Innovation*, 4(4), 139-149.

<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.4067/S0718-27242009000400012>

Berlanga Silvente , V., & Rubio Hurtad, M. J. (2011). Clasificación de pruebas no paramétricas. Cómo aplicarlas en SPSS. *REIRE*, 5(2), 101-113.

<https://doi.org/10.1344/reire2012.5.2528>

Berrezueta-Nagua, E. G., Vega-Granda, A. d., & Vega-Jaramillo, F. Y. (2021). Ecuador, existe facilidad para crear negocios Una mirada desde el Doing Business durante los años 2015-2019. *Polo del Conocimiento: Revista científico-profesional*, 6(9), 1240-1257.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8094615>

Bishop, S., Carter, A., Hemphill, C., López, M. A., Roberts, D., Núñez Sandoval, O., & John , W. (2013). *Análisis de Restricciones a la Economía de Honduras*. Challenge Corporation Millennium.

https://assets.mcc.gov/content/uploads/2017/05/Honduras_CA_FINAL_Spanish.pdf

Bonilla Monzón, M., & Tamayo Rodriguez, J. (2008). *La importancia del desarrollo de la Incubadoras para el Impulso y crecimiento de las MiPyMEs*. Tesis, Instituto Politécnico Nacional, Contaduría Pública, México.

<https://tesis.ipn.mx/bitstream/handle/123456789/2442/CP2008BB666m.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Brand Finance. (2018). *The annual report on the world's most valuable beer brands*. Brand Finance. https://brandfinance.com/wp-content/uploads/1/beers_25_report_2018_locked.pdf

Burgasí Delgado, D., Cobo Panchi, D., Pérez Salazar, K., Pilacuan Pinos, R., & Rocha Guano, M. (2021). El diagrama de Ishikawa como herramienta de calidad en la educación: Una revisión en los últimos 7 años. *Tambara*, 14(84), 1212-1230. https://tambara.org/wp-content/uploads/2021/04/DIAGRAMA-ISHIKAWA_FINAL-PDF.pdf

Burini, J. A., Eizaguirre, I., Loviso, C., & Libkind, D. (2021). Levaduras no convencionales como herramientas de innovación y diferenciación en la producción de cerveza. *Revista Argentina de Microbiología*, 53(4), 359-377.

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0325754121000109>

Burini, J. A., Eizaguirre, I., Loviso, C., & Libkind, D. (2021). Levaduras no convencionales como herramientas de innovación y diferenciación en la producción de cerveza. *Revista Argentina de Microbiología*, 53(4), 359-377.

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0325754121000109>

- Bygrave, W., Hay, M., Ng, E., & Reynolds, P. (2003). Executive forum: A study of informal investing in 29 nations composing the Global Entrepreneurship Monitor. *Venture Capital*, 5(2), 101-116. <https://doi.org/10.1080/1369106032000097021>
- Cabrera, E., Golpe Cervelo, A. M., & Ramos Naveiras, M. (2021). Estudio de la viabilidad de algunos emprendimientos de la producción de cerveza artesanal en Uruguay. *Brazilian Journal of Business*, 3(1), 789-803. <https://doi.org/DOI: 10.34140/bjbv3n1-038>
- Canales García, R. A., & Godínez Encino, J. (2014). Vinculación universitaria con el ámbito productivo: la gestión institucional de incubadoras en la Universidad Autónoma del Estado de México. *Explanans*, 3(2), 99-126.
https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/52027870/Explanans_6_art4-libre.pdf?1488685903=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DVinculacion_universitaria_con_el_ambito.pdf&Expires=1693955189&Signature=PaGHpJ6JrdAgMIkMcV4Mq1hF6GiW~NwLurI5EmI3jFNwnJ
- Carasila, M. C. (2007). Importancia y concepto del posicionamiento una breve revisión teórica. *Perspectivas*(20), 105-114. <https://www.redalyc.org/pdf/4259/425942331007.pdf>
- Carranza , G., Garcia, M., & Sanchez, B. (2020). Activar el crecimiento inclusivo en las pymes ferroviarias mediante la innovación en el lugar de trabajo. *Transportation Research Interdisciplinary Perspectives*, 7, 100-193.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.trip.2020.100193>
- Castañeda Sayaberde, R. (2021). *Flujo de caja como herramienta financiera para mejorar la liquidez de la empresa comercializadora exportadora INBC SRL, Lambayeque 2019.*

Tesis, Universidad señor de Sipan, Facultad de ciencias empresariales, Pimentel Perú.

<https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/8850/Casta%20b1eda%20Sayaberde%20Rosa%20Anabel.pdf?sequence=6&isAllowed=y>

Castillo Martín, P. (2011). Política económica: crecimiento económico, desarrollo económico, desarrollo sostenible. *Revista Internacional del Mundo Económico y del Derecho*, 3, 1-12.

<http://www.revistainternacionaldelmundoeconomicoydelderecho.net/wp-content/uploads/RIMED-Pol%C3%ADtica-econ%C3%B3mica.pdf>

Castrillón, M. A., & Mares, A. I. (2013). Innovación empresarial, difusión, definiciones y tipología: una revisión de literatura. *Dimensión empresarial*, 11(1), 45-60.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4714355>

Cebada Cervecera. (2023). *Red Nacional de Cervecera*. <https://cebadacervecera.com.ar/cerveza-cuanto-se-produce-en-el-mundo-y-por-continente/>

Cebada Cervecera. (26 de Marzo de 2023). *Red Nacional de Cervecera*.

<https://cebadacervecera.com.ar/principales-exportadores-de-cebada-a-nivel-global/>

CEGOS. (24 de Octubre de 2023). *Conocimiento para el desarrollo*.

<https://www.egos.com.bo/?fbclid=IwAR24IXquSypTbufMkRF-KhArJJxO4xMQWxhZkdMarOoj64x-4GZKNCvjmg>

Cerna Castro, A. (2006). *Determinación del efecto tiempo-temperatura durante el proceso de pasteurización sobre el color, aroma y "flavor" de cerveza usando análisis sensorial*.

Tesis , Universidad de Puerto Rico Recinto de Mayaguez , Ciencia y tecnología.

<https://www.proquest.com/openview/a41408bff4b5ac40115c1c54c47789fb/1?pq-origsite=gscholar&cbl=18750&diss=y>

Cervantes Saavedra, M. (s.f.). Madrid, España.

Cervecería Hondureña. (2020). *Cervecería Hondureña*. Memoria de Sostenibilidad, Cervecería Hondureña.

Cervecería Hondureña. (2022). *Cervecería Hondureña*. <https://www.cerveceriahondurena.com/>

Cevallos-Ponce, Á. (2019). Evaluación financiera de proyectos de inversión para la PYMES. *Dominio de la ciencia*, 5(3), 375-390. <https://doi.org/DOI: 10.23857/dc.v5i3.941>

Colino, E., Civitaresi, M., Capuano, A., Quiroga, J., & Winkelman, B. (2017). Análisis de la estructura y dinámica del complejo cervecero artesanal de Bariloche, Argentina. *Revista Pilquen*, 20(2), 79-91. http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-31232017000200007

Contreras, I. (1996). La investigación en el aula en el marco de la investigación cualitativa en educación: una reflexión acerca de sus retos y posibilidades. *Revista Educación*, 20(1), 109-125. <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/educacion/article/view/24571>

Corredor Álzate, V., & Sánchez Leiva, F. (2021). *Trabajo final de pre-Incubación del emprendimiento Boxi*. Tesis, Universidad del Rosario, Administración de empresas. <https://repository.urosario.edu.co/items/c059c1ec-6ecd-4571-a6e0-20e8dd71c892>

Corredor Toro, M. L. (11 de Enero de 2013). *Blog de Leonardo Corredor Toro*. Ecosistemas de Emprendimiento: Una revisión conceptual y práctica : <https://leonardocorredortoro.wordpress.com/2013/01/11/ecosistemas-de-emprendimiento-una-revision-conceptual-y-practica/>

Cotrino Velásquez, J., & Mendoza meneses, Y. (2020). *Cervezas artesanales una oportunidad de emprendimiento innovador en Chapinero*. Tesis, Fundación Universitaria San Mateo, Ciencias administrativas, Bogota.

<http://caoba.sanmateo.edu.co/jspui/bitstream/123456789/220/3/%281%29%20Cervezas%20artesanales%20una%20oportunidad%20cerveceria%20JM%20SA%20FINAL.pdf>

Cueva, F. D. (2007). Emprendimiento, empresa y crecimiento empresarial. *Contabilidad y negocios*, 2(3), 46-55.

https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=CUEVA%2C+F.+%282007%29.+Emprendimiento%2C+empresa+y+crecimiento+empresarial.+Revista+del+Departamento+Acad%C3%A9mico+de+Ciencias+Administrativas%2C+46-55.&btnG=

Del Río Mongues, J., Herrera González, V., & Domínguez Rivas, M. (2019). Iniciativas para el fortalecimiento de la producción y exportación de cerveza artesanal en México. *Instituto Belisario Domínguez*(70), 1-14.

<http://bibliodigitalibd.senado.gob.mx/handle/123456789/4687>

Denton, D. K. (1998). *La Calidad en el Servicio al Cliente*. España: Vertice.

https://books.google.hn/books?id=M5yGtQ5m4yAC&printsec=frontcover&dq=servicio+al+cliente&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=servicio%20al%20cliente&f=false

DMCA. (2023). *Proceso de elaboración de cerveza*. Dokumen :

<https://dokumen.tips/documents/elaboracion-de-cerveza-55a236bc539b6.html>

Duarte, T., & Ruiz, M. (2009). Emprendimiento, una opción para el desarrollo. *Scientia et*

Technic, 15(43), 326-331. <https://www.redalyc.org/pdf/849/84917310058.pdf>

- Echevarría, J. (2008). The Oslo Manual and the social innovation. *Arbor*, CLXXXIV(732), 609-618. <https://doi.org/10.3989/arbor.2008.i732.210>
- Editorial Veraz. (25 de Abril de 2022). *7 Marcas que compiten en el mercado de cerveza artesanal en Guatemala*. Win.gt: <https://win.gt/emprender/7-marcas-de-cerveza-artesanal-guatemala-2022/>
- Espinal, C. (22 de Agosto de 2023). *Buen Provecho*. El arte de la cerveza artesanal hondureña: <https://buenprovecho.hn/nuestro-sabor/el-arte-de-la-cerveza-artesanal-hondurena/9/>
- Etcheverry, M. (2017). Actualidad sobre medidas cautelares en materia de patentes de invención en Argentina. *Revista Jurídica de la Universidad de San Andrés*, 5, 45-57. <https://revistasdigitales.udesa.edu.ar/index.php/revistajuridica/article/view/83>
- EuroInnova. (s.f.). EuroInnova.edu.es: <https://www.euroinnova.edu.es/blog/latam/demanda-energetica>
- Fahey, P. (2021). *Building a sensory program: a brewer's guide to beer evaluation* (Vol. 1). Brewers Publications.
- FAO. (23 de Septiembre de 2023). *Análisis microeconomico de la producción*. <https://www.fao.org/3/v8490s/v8490s07.htm#5.2%20rendimientos%20de%20escala>
- Feldman, G. R. (2018). El capital de trabajo en las PyMEs como restricción a su operatoria. *Revista Argentina de Investigación en Negocios*, 4, 33-44. <http://rain.ean.edu.ar:8085/rain/index.php/RAIN/article/view/66/110>

- Felizzola Jiménez, H., & Luna Amaya, C. (2014). Lean Six Sigma en pequeñas y medianas empresas: un enfoque metodológico. *Rev. chil. Ingeniare*, 22(2), 263-277.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.4067/S0718-33052014000200012>
- Ferrufino, M. (2019). *STNHONDURAS*. Cerveza artesanal en Honduras, un negocio sofisticado que no para de crecer: <https://stnhn.com/cerveza-artesanal-honduras/>
- Figueroa Salazar, J., & Ramirez, P. (2021). *Limitaciones operativas y financieras de las Mypes para proveer bienes y servicios a las entidades públicas por efecto de las Normas de Fomento Sectorial-Wanchaq-periodo 2019*. Tesis, Universidad Andina del Cusco.
<https://repositorio.uandina.edu.pe/handle/20.500.12557/4438>
- Freepik Company S.L. (6 de Septiembre de 2023). *freepik*. https://www.freepik.es/vector-premium/plataforma-o-servicio-online-cerveceria-produccion-cerveza-artesanal-tecnologia-cerveceria-procesamiento-cebada-lupulo-bebida-alcoholica-tienda-online-ilustracion-vectorial_21360055.htm
- Fuentes, N., Osorio, G., & Mungaray, A. (2016). Capacidades intangibles para la competitividad microempresarial en México. *Problemas del desarrollo*, 47(186), 83-106.
https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0301-70362016000300083&script=sci_arttext
- García, G. (2017). Emprendimiento y crecimiento económico: una visión desde la literatura y los principales indicadores internacionales. *Estudios de la Gestión: revista internacional de administración*, 2, 34-59. <https://revistas.uasb.edu.ec/index.php/eg/article/view/579/664>
- García, M., Guevara, L., & Quispe, C. (2001). Serie de Normas NTP ISO 9000: 2001. *Industrial Data*, 4(2), 37-42. <https://doi.org/https://doi.org/10.15381/idata.v4i2.6756>

Garduño-García, A., López-Cruz, I. L., Martínez-Romero, S., & Ruíz-García, A. (2014).

Simulación del proceso de fermentación de cerveza artesanal. *Ingeniería, investigación y tecnología*, 15(2), 6.

https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-77432014000200006

GEDI. (2023). *Global Report Adapting to a "New Normal"*. Informe, La Global Entrepreneurship and Development Institute (GEDI), Washington, D.C.

<https://www.gemconsortium.org/reports/latest-global-report>

GEM. (2023). *Global Entrepreneurship Monitor*. Global Entrepreneurship Monitor. The authors and the Global Entrepreneurship Research Association (GERA).

<https://gemconsortium.org/file/open?fileId=51147>

Gisbert Verdú, M. (2016). *Diseño del proceso industrial para la elaboración de cerveza*. Tesis Doctoral, Universidad Politécnica de Valencia, Depto de Ingeniería Química.

<https://riunet.upv.es/handle/10251/73275>

Glavich, E. (1995). Economía de la innovación y del cambio tecnológico. Una revisión crítica.

REDES, 4(9), 193-197. <https://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/1098>

Goldratt, E. M. (1994). (1994). *El síndrome del pajar (1ra Ed. Español)*. (Vol. 1). Madrid, España: Ediciones Díaz de Santos.

Goldratt, E. M., & Cox, J. (2004). *The Goal. A process of ongoing improvement*. (Vol. 3). Great Barrington, MA: North River Press.

Gómez Romero, J., Villarreal Solís, M., & Villarreal Solís, F. (2014). La cultura empresarial y su relación con los estilos de aprendizaje en la industria de celulosa, cartón y papel en

México. *Investigación Administrativa*, 43(113), 7-27.

https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-

76782014000100007

González, F. (2005). ¿Qué Es Un Paradigma? Análisis Teórico, Conceptual Y Psicolingüístico Del Término. *Investigación y Postgrado*, 20(1).

https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1316-00872005000100002

González , C. V., Gómez, F. C., Antonella , F., & Godoy Flores, I. (2017). Indicadores de innovación y emprendimiento aplicados a la triple hélice en la Región de Arica y Parinacota, Chile. *Interciencia*, 42(11), 719-726.

<https://www.redalyc.org/journal/339/33953499003/html/>

González, A., Hallak, J., Schott, P., & Genta, T. S. (2012). *Inserción de firmas argentinas en cadenas globales de valor no orientadas hacia el mercado masivo*. Informe, BID, Washington. <https://www.econstor.eu/handle/10419/115408>

González, P., & Escobar, J. (2008). Teoría de las restricciones (TOC) y la mecánica del Throughput Accounting (TA) Una aproximación a un modelo gerencial para toma de decisiones: caso compañía de Cementos Andino SA. *Cuadernos de contabilidad*, 9(4), 209-229. <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/cuacont/article/view/3248/2470>

González-Sánchez, R., & García-Muiña, F. E. (2011). Innovación abierta: Un modelo preliminar desde la gestión del conocimiento. *Intangible Capital*, 7(1), 82-115.

<https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2099/10380/gonzalez-sanchez.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Grados Arellano, R., & Obregón La Rosa, A. (2018). Implementación del ciclo de mejora continua Deming para mejorar la productividad en el área de logística de la empresa de confecciones KUYU SAC LIMA-2016. *Ingeniería: Ciencia, Tecnología e Innovación*, 5(2), 1-12. <https://doi.org/https://doi.org/10.26495/icti.v5i2.969>
- Granadillo, F., & Artigas, W. (2015). Emprendimiento económico: Elementos teóricos desde las perspectivas de sistemas y redes. *Revista de Ciencias Sociales*, 21(3), 429-441. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5251496>
- Group, World Bank. (2023). *Doing Business*. Midiendo regulaciones para hacer negocios: <https://archive.doingbusiness.org/es/reports/global-reports/doing-business-2020>
- Gutiérrez Rojas, C., & Baumert, T. (2018). Smith, Schumpeter y el estudio de los sistemas de innovación. *Economía y política*, 5(1), 93-111. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6543950>
- Hernández González, O. (2021). Aproximación a los distintos tipos de muestreo no probabilístico que existen. *Revista Cubana de Medicina General Integral*, 37(3), 2021. http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S0864-21252021000300002&script=sci_arttext
- Hernández Mogollón, R., Díaz Casero, J., Fernández Portillo, A., Almodóvar González, M., Díaz Aunió, Á. M., Rodríguez Preciado, R., . . . Sánchez Escobedo, M. (2015). *Informe Ejecutivo 2015. Extremadura*. https://www.researchgate.net/publication/304572150_Informe_GEM_Extremadura_2015
- Hernandez Sampieri, R., Fernández, C., & Pilar Batista, L. (2014). *Metodología y técnicas de investigación Social* (Vol. 22). México DF, Mexico: Mc Graw Hill. Retrieved Julio 11, 2017.

- IBM. (24 de Octubre de 2023). *IBM SPSS Statistics*. <https://www.ibm.com/es-es/products/spss-statistics>
- IHADFA. (2023). La Gaceta. *Diario Oficial de la República Honduras, CXLV(36)*, 7. Honduras. <https://www.tsc.gob.hn/web/leyes/Acuerdo-01-2022-IHADFA.pdf>
- Ilvis Pilla, D. (2020). *Gestión por procesos en la microempresa de cerveza artesanal montalvina*. Tesis, Universidad Técnica de Ambato, Facultad de Ingeniería. <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/31229/1/t1704id.pdf>
- ITC. (2023). *Trade Map*. Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas: https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=3%7c%7c%7c%7c%7c2102%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1
- Jamarillo, P. (2016). Cervezas artesanales, un mercado que emerge bien. *Gestión*, 269, 50-55. http://ayhx4ys5-images.s3.amazonaws.com/import/legacy_pdfs/269_005.pdf
- Jara, E., Alvarez, Á., Lefranc, R., & Navarro, A. (2007). *Cerveza Artesanal "REIN BIER"*. Tesis, Universidad de Chile, Economía y negocios. <https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/114898/CERVEZA%20ARTESANAL%20e2%80%9cREIN%20BIER%e2%80%9d.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
- Jiménez Terrazas, C. P., Argueta López, G. V., & Espinoza Granados, B. M. (2014). Revisión de literatura sobre mejora continua en MIPYMEs iberoamericanas. *Nóesis*, 23(46), 140-163. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5094939>

- Jimenez-Barrera, Y. (2018). Aproximación crítica a las principales teorías sobre el cambio tecnológico. *Problemas del desarrollo*, 49 (193), 171-192.
<https://doi.org/https://doi.org/10.22201/iiec.20078951e.2018.193.59405>
- Kaderian, S. M. (2018). Lo artesanal como mediación técnica y simbólica. Cultura, identidad local y aprendizaje en la cerveza artesanal de Bariloche Argentina. *Revista Iberoamericana de Viticultura, Agroindustria y Ruralidad*, 5(15), 39-63.
<https://www.redalyc.org/journal/4695/469565683003/469565683003.pdf>
- Kantis, H., Federico, J., Ibarra García, S., Menéndez, C., & Ascúa, R. (2016). *Estudio de las condiciones para el emprendimiento dinámico e innovador en Perú y sus principales barreras*. Tesis. https://ewldata.rightsindevelopment.org/files/documents/62/IADB-PE-L1162_3bcBnzy.pdf
- Kefé, I., & Tanis, V. (2023). La integración de la Teoría de las Restricciones y el Sistema de Costes por Actividades en función del tiempo para la mejora de los procesos de producción en una PYME. *Revista de Contabilidad-Spanish Accounting Review*, 26(1), 3-13. <https://doi.org/10.6018/rcsar.413411>
- Kirzner, I. (1975). *Competencia y función empresarial*. Madrid: Unión Editorial.
<https://www.redalyc.org/pdf/849/84911685037.pdf>
- Knight, F. (1921). *Risk, Uncertainty and Profit*. University of Chicago Press.
<https://fraser.stlouisfed.org/files/docs/publications/books/risk/riskuncertaintyprofit.pdf>
- La Farola. (06 de Septiembre de 2022). *Fábricas de cerveza en Málaga que se pueden visitar*.
https://www.malagahoy.es/la-farola/Fabricas-cerveza-Malaga-se-pueden-visitar_0_1717630036.html

- Lao-León, Y. O., Pérez-Pravia, M. C., & Guilarte-Barinaga, E. (2017). Principios de la calidad y restricciones físicas en el sector no estatal cubano. *Ciencias Holguín*, 23(3), 100-114.
<https://www.redalyc.org/journal/1815/181552082007/html/#fn3>
- León Rodríguez, I. X., Espín Canga, L. H., & Gallegos Gallegos, S. (2021). Método general de solución de problemas y Diagrama de Ishikawa en el análisis de los efectos de los femicidios en el entorno familiar. *Conrado*, 17(79), 252-260.
http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1990-86442021000200252&script=sci_arttext
- Libonatti, H. (1993). *La Tercerización en el Sistema de Uruguay*. Retrieved 08 de Julio de 2017, from Un enfoque Institucional.
- Lins Ribeiro, G. (1987). ¿ Cuánto más grande mejor? Proyectos de gran escala: una forma de producción vinculada a la expansión de sistemas económicos. *Desarrollo Económico*, 27(105), 1-3. <https://doi.org/https://doi.org/10.2307/3466748>
- Lopera, J. K., Velez, V. M., & Ocampo, L. J. (2014). Alternativas de Financiación para las MIPYMES en Colombia. *Adversia*(14).
<https://revistas.udea.edu.co/index.php/adversia/article/view/20900>
- Lugones, G. (2000). ¿Manual de Oslo o Manual Latinoamericano? Reflexiones a partir de la Encuesta Argentina sobre Conducta Tecnológica de las Firms Industriales. *Perspectivas*, 7(16). <https://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/683>
- Lúpulo de Kintana. (21 de 09 de 2023). *Lúpulo De Kintana*.
<https://lupulodekintana.com/producto/chinook/>

Manotas Duque, D. F., Manyoma Velásquez, P. C., & Rivera Cadavid, ., L. (2000). Hacia una nueva métrica financiera basada en teoría de restricciones. *Estudios Gerenciales*, 16(76), 61-75. <http://www.scielo.org.co/pdf/eg/v16n76/v16n76a05.pdf>

Manotas-Duque, D., Estrada-Bedón, A., & Uribe-Rodríguez, J. (2011). Aplicación del coeficiente de Gini y la semivarianza como estimadores del riesgo en la selección de proyectos. *Ingeniería y Competitividad*, 13(2), 61-81.
https://revistaingenieria.univalle.edu.co/index.php/ingenieria_y_competitividad/article/download/2675/3539

Mantilla Celis, O., & Sánchez Garcia, J. (2012). Modelo tecnológico para el desarrollo de proyectos logísticos usando Lean Six Sigma. *Estudios Gerenciales*, 28(124), 23-43.
<http://www.scielo.org.co/pdf/eg/v28n124/v28n124a03.pdf>

Marín Marín, W., & Gutiérrez Gutiérrez, E. V. (Junio de 2013). Desarrollo e implementación de un modelo de teoría de restricciones para sincronizar las operaciones en la cadena de suministro. *Revista eia*, 19, 67-77.
http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1794-12372013000100006

Martínez Ortiz, F. X., Bajaña Zajia, J. X., Chávez Pirca, C., Guerrero Tipantuña, M., & Oña Sinchiguano, B. (2016). Ecosistema del emprendimiento en la universidad contemporánea. *didáctica y educación*, 7(6), 249-262.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6672967>

Martínez Silva, M. (2021). Panorama de las características del consumidor de cerveza artesanal en la ciudad de Monterrey, Nuevo León. *Hitos de Ciencias Económico Administrativas*(77), 1-18. <https://ri.ujat.mx/handle/20.500.12107/3770>

- Martínez, L. (1987). Teoría y conceptos de la innovación tecnológica. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 1(3), 7-15.
<https://journal.universidadean.edu.co/index.php/Revista/article/view/938/905>
- Martínez,, W., & Pazos, J. R. (2019). Ecosistema de emprendimiento e innovación en Cauca, Colombia. Experiencia desde el Centro de Desarrollo Tecnológico CreaTIC. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24(87), 922-937.
<https://www.redalyc.org/journal/290/29060499018/29060499018.pdf>
- Mayorga-Ponce, R. B., Sillis-Palma, K., Martínez-Alamilla, A., Salazar-Valdez, D., & Mota-Velázquez, U. (2020). Cuadro comparativo “Estadística inferencial y descriptiva”. *Educación y Salud Boletín*, 8(16), 93-95.
<https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/ICSA/article/view/5806/7202>
- Medina Bueno, J. L. (2017). El Modelo triple hélice de innovación: importancia teórica y evidencias de su aplicación en el desarrollo de la innovación. *Catequil Tekné*, 1(1), 41-53. <http://revistacatequiltkne-citecedepas.org.pe/index.php/revct/article/view/4>
- Mejía, C. A. (2013). *Planning.com.co*. https://planning.com.co/bd/valor_agregado/Julio2013.pdf
- Mendoza, E., & Suárez-Guerrero, C. (2021). Ecosistemas locales de aprendizaje ante la globalización tecnológica. Retos de los modelos educativos digitales post pandemia. *RIITE Revista Interuniversitaria de Investigación en Tecnología Educativa*(11), 1-11.
<https://doi.org/https://doi.org/10.6018/riite.503001>
- Mendoza-Arviso, U., & Solís-Rodríguez, F. (2022). Calidad, conocimiento e innovación de procesos de manufactura en Ciudad Juárez, México. *Retos*, 12(23), 83-109.
<https://doi.org/https://retos.ups.edu.ec/index.php/retos/article/view/5154>

- Messina, M., & Hochsztain, E. (Julio de 2015). Factor de éxito de un emprendimiento: Un estudio exploratorio con base en técnicas de Dato Mining. *Tec empresarial*, 9(1), 10. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.18845/te.v9i1.2206>
- Montejano García, S., López Torres, G. C., Pérez Ramos, M. d., & Campos García, R. M. (2021). Relación de los sistemas de producción con la logística en mipymes de Aguascalientes. *Ricea*, 10(20), 32-54. <https://doi.org/https://doi.org/10.23913/ricea.v10i20.170>
- Montgomery, D., & Woodall, W. (2008). Una visión general de seis sigma. *Revista Estadística Internacional/Revue Internationale de Statistique. Internationale de Statistique*, 76(3), 329-346. <https://www.jstor.org/stable/27919650>
- Montoya Agudelo, C., & Boyero Saavedra, M. (2016). El Recurso Humano como elemento Fundamental para la gestión de calidad y la Competitividad Organizacional. *Visión de futuro*, 20(2). http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1668-87082016000200001&script=sci_arttext
- Montoya Suárez, O. (2004). Schumpeter, innovación y determinismo tecnológico. *Scientia et technica*, 10(25), 209-213. <https://www.redalyc.org/pdf/849/84911685037.pdf>
- Mora Mayoral, M. J., & Martínez Martínez, F. R. (2018). Desarrollo local sostenible, responsabilidad social corporativa y emprendimiento social. *Equidad y Desarrollo*(31), 27-46. <https://doi.org/doi:http://dx.doi.org/10.19052/ed.4375>
- Morales Londoño, N. (2016). *Modelo de optimización en la producción basado en la teoría de las restricciones como estrategia para la gestión de la productividad : caso de aplicación : cantera de agregados para la construcción Cimaco*. Tesis, Universidad Tecnológica de

Bolivar, Facultad de Ingeniería, Bolivia.

<https://repositorio.utb.edu.co/handle/20.500.12585/1719#page=1>

Morán-Chica , M., & Hinojosa-Ramos, M. V. (s.f.). Motivaciones y Barreras: Una mirada analítica al turismo de cerveza artesanal para la provincia del Azuay en Ecuador. 7(3), 121-144. <https://www.dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/1985>

Moreno, M. M., & Ordóñez, L. G. (2020). *Estudio de factibilidad para el montaje de una planta de producción de cerveza artesanal en la ciudad de Villavicencio-Meta*. Universidad Antonio Nariño, Facultad Ingeniería.
<http://repositorio.uan.edu.co/bitstream/123456789/2445/5/2020MaibethMelissaMorenoMoreno.pdf>

Muñoz Claro, T. (2017). *Fundamentos de las metodologías AHP y ANP. Aplicación al problema de selección de proveedores para la elaboración de una cerveza artesanal*. Tesis, Universidad de Sevilla, Ingeniería de Tecnologías Industriales .
https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/65532/TFG_%20Tamara%20Mu%c3%b1oz%20Claro.pdf?sequence=1&isAllowed=y

OCDE, Eurostat. (2005). *Manual de Oslo, Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación*. Trasga. <https://www.madrid.org/bvirtual/BVCM001708.pdf>

OECD. (2021). *Cerveza en Honduras*. <https://oec.world/es/profile/bilateral-product/beer/reporter/hnd>

OECD. (2021). *Comercio de Productos*. <https://oec.world/es/profile/hs/hop-extract?latestTrendsViewSelector=latestTrendsViewOption0&latestTrendsYAxisSelector=linear>

- OECD. (2023). *Maquinaria de cervecería*. <https://oec.world/es/profile/hs/brewery-machinery>
- OECD/Eurostat. (2018). *Oslo Manual 2018: Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation, 4th Edition* (4 ed.). OECD Publishing.
<https://doi.org/10.1787/9789264304604-en>
- OLADE. (2012). *Informe de Cobertura en Latinoamérica y el Caribe*.
<https://biblioteca.olade.org/opac-tmpl/Documentos/old0236.pdf>
- Olivares Apaza, A. B., Salas Cam, F. A., & Cabrera Gil Grados, E. M. (2023). Caso de aplicación: herramienta Poka Yoke en la micro y pequeña empresa Bohemian Brew Perú. *Ingeniería Industrial*, 44(1), 1-20.
<https://rii.cujae.edu.cu/index.php/revistaind/article/view/1190/1119>
- Olivero-Vega, E., Vega-Sampayo, Y., Acosta-Prado, J. C., & Castro-Miranda, A. (2022). Relación entre la gestión de la innovación y la satisfacción estudiantil en el área de bienestar universitario. *Formación universitaria*, 15(4), 9-20.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062022000400009>
- Oñate Barria, S. (2020). *La importancia de profesionalizar emprendimientos familiares en Neuquén*. Tesis, Universidad siglo 21, Contabilidad, Argentina.
<https://repositorio.21.edu.ar/bitstream/handle/ues21/19169/Trabajo%20final%20de%20graduaci%20n%20Santiago%20Andr%20a%20O%20ñate%20Barria%20-%20Santiago%20O%20ñate.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Orfila-Sintes, F., & Mattsson, J. (2003). *Determinantes de los tipos de innovación tecnológica en la actividad hotelera*. XII Simposio Internacional de Turismo y Ocio.
<https://www.researchgate.net/profile/Francina-Orfila->

Sintes/publication/239929560_DETERMINANTES_DE_LOS_TIPOS_DE_INNOVACION_TECNOLOGICA_EN_LA_ACTIVIDAD_HOTELERA/links/00463536e56ee3ec8a000000/DETERMINANTES-DE-LOS-TIPOS-DE-INNOVACION-TECNOLOGICA-EN-LA-ACTIV

Oswaldo, J., Morquecho, J., Labafre, L., & Neira, M. (2019). Manual didáctico de emprendimiento para la incubadora de empresas dirigido a estudiantes universitarios. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 4(8), 662.

<https://doi.org/https://doi.org/10.35381/r.k.v4i8.321>

Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio.

International journal of morphology, 35(1), 227-232.

https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0717-95022017000100037&script=sci_arttext&tlng=pt

Patón Villar, F., Lorente Granados, G., Fernández-Lasquetty , B., Hernández Martínez, A., Escot

Higueras, S., Navarro González, & Navarro González, I. (2013). Plan de mejora continua en prevención-tratamiento de úlceras por presión según el ciclo de Deming. *Gerokomos*, 24(3), 125-131. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.4321/S1134-928X2013000300006>

Peretto, C. (2016). Métodos para medir y evaluar la eficiencia de unidades productivas. *Revista de la Escuela de Perfeccionamiento en Investigación Operativa*, 39(14), 5-25.

<https://revistas.unc.edu.ar/index.php/epio/article/download/16540/16354>

Pérez Zurita, M. M. (2014). *Estandarización de procesos de la empresa textiles técnicos*. Tesis, Universidad técnica de Ambato, Facultad de Ingeniería en Sistemas, Electrónica e

Industrial, Ambato.

https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/7345/1/Tesis_t884id.pdf

Pérez, C. M. (2019). Innovación empresarial al servicio de la micro y pequeña empresa nortesantandereana: Por la competitividad regional. *Económicas CUC*, 40(1).

<https://doi.org/> <https://doi.org/10.17981/econcuc.40.1.2019.06>

Pisupati, S. (2023). *Energy Conservation for Enviromental Protection*. [espanol.libretexts.org:](https://espanol.libretexts.org/)
(<https://LibreTexts.org>)

Pixel Group Net S.A.S. (11 de Marzo de 2023). *PHVA: Procedimiento lógico y por etapas para la mejora continua*. <https://safetya.co/phva-procedimiento-logico-y-por-etapas/>

Porras, J. C. (2016). Porras, J. C. (2016). Comparación de pruebas de normalidad multivariada. *Anales Científicos*, 77(2), 141-146.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6171231>

Portela García, P. (2015). *Retos de la cadena logística colombiana frente a la elaboración y comercio de cerveza artesanal*. Universidad Militar Nueva Granada.

<https://repository.unimilitar.edu.co/handle/10654/7417>

Potosi, S. (13 de Abril de 2018). *Este sábado se realiza en Bocas el Festival de la Cerveza Artesanal*. <https://www.elsoldesanluis.com.mx/local/este-sabado-se-realiza-en-bocas-el-festival-de-la-cerveza-artesanal-1612032.html>

Proaño, L. (2014). La cultura del emprendimiento y su formación. *Alternativas*, 15(1), 46-50.

<http://editorial.ucsg.edu.ec/ojs-alternativas/index.php/alternativas-ucsg/article/view/8>

- Proikos. (Octubre de 2023). *Soluciones en HSEQ*. <http://proikos.pe/arti-blog/lean-six-sigma-en-el-sector-financiero/>
- Pulla, E. V., & Torres, F. J. (2022). Planificación Estratégica En Los Emprendimientos: Una Contribución Al Desarrollo Económico Local. *Revista Repique*, 4(1), 65-80.
<http://revistasdigitales.utelvt.edu.ec/revista/index.php/repique/article/view/165>
- Quijano Garcia, R. A. (Diciembre de 2016). Innovación y diferenciación en MIPYMES del sector turismo de Campeche, México. *Revista Electrónica sobre Cuerpos Académicos y Grupos de Investigación en Iberoamérica*, 3(6), 1-10.
<http://mail.cagi.org.mx/index.php/CAGI/article/view/89>
- Quintana, J. (2005). La Innovación en las empresas familiares. *CLM. Economía*, 7, 103-130.
https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=La+Innovaci%C3%B3n+en+las+empresas+familiares&btnG=#d=gs_cit&t=1680484643391&u=%2Fscholar%3Fq%3Dinfo%3ARQZBz-CH2KEJ%3Ascholar.google.com%2F%26output%3Dcite%26scirp%3D0%26hl%3Des
- Quispe Orejón, E., & Quintanilla Alarcón, G. (2018). Barreras por las que la industria de cerveza artesanal no despegó en el Perú. *Industrial Data*, 21(1), 53-62. <https://doi.org/DOI:>
<http://dx.doi.org/10.15381/idata.v21i1.14911>
- Ramírez Meda, K. (2011). Análisis de libro teoría del desenvolvimiento económico, de Joseph A. Schumpeter. *Contribuciones a la economía*, 9(2), 1-15.
https://www.researchgate.net/profile/Kenia-Meda/publication/227432414_Analisis_de_libro_teoria_del_desenvolvimiento_economic

o_de_Joseph_A_Schumpeter/links/569166c308ae0f920dcb8d57/Análisis-de-libro-teoría-del-desarrollo-económico-de-Joseph-A-Schumpeter

Ramírez Pérez, J., López Torres, V., Hernández Castillo, S., & Morejón Valdés, M. (2021). Lean Six Sigma e Industria 4.0, una revisión desde la administración de operaciones para la mejora continua de las organizaciones. *UNESUM-Ciencias*, 5(4), 151-168.

<https://doi.org/https://doi.org/10.47230/unesum-ciencias.v5.n4.2021.584>

Ramírez Ríos, A., & Polack Peña, A. M. (2020). Estadística inferencial. Elección de una prueba estadística no paramétrica en investigación científica. *Horizonte de la Ciencia*, 10(19), 191-208. <https://doi.org/doi.org/10.26490/uncp.horizonteciencia.2020.19.597>

Ramírez, J. C., & Villanueva, C. (2019). *Producción y comercialización de cerveza artesanal*. Tesis, Universidad de Piura.

https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/4560/MDE_1918.pdf?sequence=2&isAllowed=y

Ramos-Galarza, C. (2020). Los alcances de una investigación. *CienciaAmérica*, 9(3), 1-6. <http://201.159.222.118/openjournal/index.php/uti/article/view/336>

Regalado, E. C., Reynoso, A. M., Zavala López, M., & Delgadillo Gómez, P. (2016). Las incubadoras de negocios: un modelo económico que ayuda y orienta proyectos empresariales. *Revista Iberoamericana de Producción Académica y Gestión Educativa*, 3(5), 1-12. <https://www.pag.org.mx/index.php/PAG/article/view/534/572>

Rendón-Trejo, A., Guillén-Mondragón, I., & Morales-Alquicira, A. (2021). Retos de la competitividad en las empresas cerveceras artesanales de México. *Competitividad Global*, 14(14), 1-21. <https://www.riico.net/index.php/riico/article/view/1901/1754>

- Rincón, R. D. (2002). Modelo para la implementación de un sistema de gestión de la calidad basado en la norma ISO 9001. *Revista Universidad EAFIT*, 38(126), 47-55.
<https://repository.eafit.edu.co/handle/10784/17263>
- Rivera Acevedo, A. (2021). *Administración estratégica de las restricciones en PYMES de Aburrá sur para controlar los costos*. Tesis, CEPAL.
<https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/5207/lcl3241e.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Robin, C. F., Martínez, D., Astorga, P., Valencia, J. C., & Medel, R. M. (2017). *Comportamiento del consumidor de cerveza artesanal*, 5(1), 17-23.
<http://www.theibfr2.com/RePEc/ibf/rnego/rgn-v5n1-2017/RGN-V5N1-2017.pdf#page=19>
- Robledo , J., López, C., Zapata, W., & Pérez, J. D. (2010). Desarrollo de una Metodología de Evaluación de Capacidades de Innovación. *Perfil de coyuntura económica*, 15, 133-148.
http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-42142010000100007
- Rodrigo Solís, Nicolás Blitzer, & Joachim Gómez. (2017). *Proyecto de bebidas de bajas calorías, bebidas alcohólicas, cerveza artesanal- elaboración de plan de negocios*. Tesis, Universidad ORT Uruguay, Facultad de Ingeniería. Recuperado.
<https://dspace.ort.edu.uy/handle/20.500.11968/3599>
- Rodríguez Pérez, H., Fernández, A., & Martínez, A. (2015). Rodríguez Pérez, H., Fernández Andrés, A., & de Dios Martínez, A. (2015). Sobre el análisis de la gestión presupuestaria con enfoque de riesgos. *Retos de la Dirección*, 9(1), 23-44.

http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2306-91552015000100002&script=sci_arttext&lng=en

- Rodríguez, M., & Mendivelso, F. (2018). Diseño de investigación de corte transversal. *Revista médica sanitas*, 21(3), 141-146. https://www.researchgate.net/profile/Fredy-Mendivelso/publication/329051321_Disenio_de_investigacion_de_Corte_Transversal/links/5c1aa22992851c22a3381550/Diseno-de-investigacion-de-Corte-Transversal.pdf
- Rodríguez-Aguilar, V. R., Reina-Pinargote, K. G., & Cañarte-Quimis, L. T. (2020). Nuevos emprendimientos: Un análisis a sus tipos y posicionamiento postcovid-19. *Revista Científica FIPCAEC (Fomento de la investigación y publicación científico-técnica multidisciplinaria)*. ISSN: 2588-090X. *Polo de Capacitación, Investigación y Publicación (POCAIP)*, 5(4), 91-113. <https://doi.org/10.23857/fipcaec.v5i4.298>
- Rojas Uchuypoma, M., & Villalta Echenique, J. (Agosto de 2003). *Aplicación del método Kaizen para mejorar la productividad del área de*. Tesis, Universidad César Vallejo, Ingeniería y Arquitectura, Lima. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/100811/Rojas_UMSVillalta_EJA-SD.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- Rojas, L. (2017). *Situación del financiamiento a Pymes y empresas nuevas en América Latina*. CAF y Universidad de Talca. Chile: Gráfica LOM. https://www.cieplan.org/wp-content/uploads/2019/02/Situacion_del_financiamiento_a_PYMES_y_empresas_nuevas_en_America_Latina.pdf
- Rojas-Martínez, C., Niebles-Nuñez, W., Pacheco-Ruíz, C., & Hernández-Palma, H. (2020). Calidad de servicio como elemento clave de la responsabilidad social en pequeñas y

medianas empresas. *Información tecnológica*, 31(4), 221-232.

<https://doi.org/10.4067/S0718-07642020000400221>

Romero Bermúdez, E., & Díaz Camacho, J. (2010). El uso del diagrama causa-efecto en el análisis de casos. *Artículos y ensayos*, XL(3-4), 127-142.

<https://rlee.iberomex.mx/index.php/rlee/article/view/344/954>

Rondón Valero, E. (2018). Conocimiento Científico en la Investigación Postpositivista del Siglo XXI. *Revista Científica*, 3(8), 79-99.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7011885>

Ruiz, L., Gordo, M., Fernández-Diego, M., Boza, A., Cuenca, L., Alarcón, F., & Alemany-Díaz, M. (2015). *Implementación de actividades de aprendizaje y evaluación para el desarrollo de competencias genéricas: un caso práctico de aplicación de técnicas de Pensamiento de Diseño, y evaluación mediante rúbricas, de las competencias de Creatividad, Innovación y E.* Universitat Politècnica de València. Editorial Universitat Politècnica de València. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.4995/INRED2015.2015.1639>

Saavedra García, M., & Bustamante Osorio, S. (2013). El problema de financiamiento de la PYME y el sistema nacional de garantías en Colombia. *Contaduría Universidad de Antioquia*(62), 69-88. [https://doi.org/DOI: https://doi.org/10.17533/udea.rc.18912](https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.17533/udea.rc.18912)

Saavedra, M. J. (6 de Septiembre de 2023). *El economista*. Inversiones:

<https://www.economista.net/economia/El-Salvador-inversion-cervecera-tras-nuevos-fermentos-20180705-0014.html>

Saizarbitoria, I., & Casadesús Fa, M. C. (2001). Auditorías de la Calidad en la Norma ISO 9000:2000. *Rev. Industrial Data - Instituto de Investigación FII - UNMSM N° 6. Revista*

Europea de Dirección y Economía de la Empresa, 10(1), 55-86. Retrieved 15 de Septiembre de 2015, from <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=147376>

Salazar, G. E. (1995). Schumpeter, Joseph A.: " Historia del análisis económico". *Boletín de Estudios Económicos*, 50, 584.

<https://www.proquest.com/openview/5a8adf84c866e75db9d2f964d2054259/1?pq-origsite=gscholar&cbl=1818612>

Sampieri, R. H. (2014). *Metodología de la Investigación*. México DF, México: Mc Graw Hill.

Retrieved 11 de Julio de 2017.

Sánchez Pérez, F. (2021). El modelo de innovación y emprendimiento en Singapur. *Boletín económico de ICE, Información Comercial Española*, 3132, 61-71.

<https://scholar.archive.org/work/hdifb2qj3ff5ncn7mzt6lrj34a/access/wayback/http://www.revistasice.com/index.php/BICE/article/download/7152/7165>

Sánchez Ramírez, C., & Fandiño Angulo, C. (2010). *Cerveza artesanal en Colombia segmentación del mercado*. Universidad de los Andes, Administración de empresas.

<https://repositorio.uniandes.edu.co/handle/1992/11329>

Sánchez Ramírez, C., & Fandiño Angulo, C. (2010). *Cerveza artesanal en Colombia segmentación del mercado*. Tesis, Universidad de los Andes, Colombia.

<https://repositorio.uniandes.edu.co/flexpaper/handle/1992/11329/u442412.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Sánchez, M. P., & Castrillo, R. (2006). La tercera edición del Manual de Oslo: cambios e implicaciones. *Revista i+ d*, 35(1), 1-16. https://www.researchgate.net/profile/Rocio-Castrillo/publication/28111247_La_tercera_edicion_del_manual_de_Oslo_cambios_e_im

plicaciones_Una_perspectiva_de_capital_intelectual/links/5f59ef3f4585154dbbc41483/L
a-tercera-edicion-del-manual-de-Oslo-cambios-e-i

Sánchez, R. S., Fuente-Cabrero, C., & Sánchez, P. L. (2016). Efectos de la crisis sobre la financiación bancaria del emprendimiento. Un análisis de las microempresas españolas desde el sector de las Sociedades de Garantía Recíproca. *European Research on Management and Business Economics*, 22(2), 88-93.

<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.iedee.2015.10.006>

Santamaria, P. L. (1968). Schumpeter, Joseph A.: "Capitalismo, Socialismo y Democracia". *Boletín de Estudios Económicos*, 23, 683.

<https://www.proquest.com/openview/c2364c89e22ec92abb6e0e8664f41646/1?pq-origsite=gscholar&cbl=1818612>

Schumpeter, J. A. (2004). *Capitalismo, socialismo e democracia*. Edipro.

SEN. (2021). Retrieved 15 de Noviembre de 2023, from <https://sen.hn/wp-content/uploads/2022/09/Balance-Energetico-2021.pdf>

Severino, D. (Noviembre de 2018). *La calidad, gestión de la calidad en los procesos de trabajo*.

<https://steemit.com/spanish/@tramelibre/la-calidad-gestion-de-la-calidad-en-los-procesos-de-trabajo>

Solis Rosales, R., & Cruz Romero, M. (2020). Circular Flow and Economic Development in the Monetary Thought of Joseph Alois Schumpeter. *Economía teoría y práctica*, 29(54), 17-36. <https://doi.org/10.24275/ETYP/AM/NE/542021/Solis>

Sopó Montero, G. R., Salazar Raymond, M., Guzmán Barquet, E. A., & Vera Salas, L. (2016).

Liderazgo como competencia emprendedora. *Espacios*, 38(24), 24.

<https://www.revistaespacios.com/a17v38n24/17382424.html>

Sosa Estrada, Y., & Martín Carbajal, M. (2015). La creación del conocimiento e innovación a

través de los sistemas de calidad. Tres estudios de caso. *Economía y Sociedad*, 33(1), 37-

57. <https://www.redalyc.org/pdf/510/51043794003.pdf>

Soto, M. (4 de Agosto de 2023). Cerveza artesanal: los mejores lugares para celebrar en San

Pedro Sula. [https://www.laprensa.hn/sociales/cerveza-artesanal-los-mejores-lugares-para-](https://www.laprensa.hn/sociales/cerveza-artesanal-los-mejores-lugares-para-celebrar-en-san-pedro-sula-DG14749468)

[celebrar-en-san-pedro-sula-DG14749468](https://www.laprensa.hn/sociales/cerveza-artesanal-los-mejores-lugares-para-celebrar-en-san-pedro-sula-DG14749468)

Spilling, O. R. (1996). The entrepreneurial system: On entrepreneurship in the context of a mega-

event. *Journal of Business*, 36(1), 91-103. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0148-](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0148-2963(95)00166-2)

[2963\(95\)00166-2](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0148-2963(95)00166-2)

Statista. (19 de 08 de 2023). *Statista*. Producción de cerveza a nivel mundial entre 2009 y 2022:

<https://es.statista.com/estadisticas/600571/produccion-de-cerveza-a-nivel-mundial-1998/>

Suarez, M. (Abril de 2023). *Diagrama de Ishikawa plantilla*. GDE:

<https://guiadelempresario.com/plantillas-formatos/diagrama-de-ishikawa/>

Talero Castelblanco, G. E. (2017). *Figura del empresario innovador de Schumpeter: una revisión*

teórica y aproximación a casos prácticos. Tesis, Universidad Militar Nueva Granada,

Administración de empresas, Colombia.

<https://repository.unimilitar.edu.co/handle/10654/16884>

Tejeda, A. (2011). Mejora de Lean Manufacturing en los sistemas productivos. *Ciencia y*

Sociedad, 36(2), 276-311.

<https://repositoriobiblioteca.intec.edu.do/bitstream/handle/123456789/1364/CISO20113602-276-310.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Téllez Bedoya, C. (2021). *Apalancamiento financiero y desarrollo para las pymes del sector del calzado y marroquinería en Bogotá*. Colombia: Bonaventuriana.

[https://www.researchgate.net/profile/Carlos-Arturo-Tellez-](https://www.researchgate.net/profile/Carlos-Arturo-Tellez-Bedoya/publication/353587971_GESTION_ORGANIZACIONAL_DE_LAS_MIPYMES_EN_BOGOTA/links/610443971ca20f6f86ecde25/GESTION-ORGANIZACIONAL-DE-LAS-MIPYMES-EN-BOGOTA.pdf#page=71)

[Bedoya/publication/353587971_GESTION_ORGANIZACIONAL_DE_LAS_MIPYMES_EN_BOGOTA/links/610443971ca20f6f86ecde25/GESTION-ORGANIZACIONAL-DE-LAS-MIPYMES-EN-BOGOTA.pdf#page=71](https://www.researchgate.net/profile/Carlos-Arturo-Tellez-Bedoya/publication/353587971_GESTION_ORGANIZACIONAL_DE_LAS_MIPYMES_EN_BOGOTA/links/610443971ca20f6f86ecde25/GESTION-ORGANIZACIONAL-DE-LAS-MIPYMES-EN-BOGOTA.pdf#page=71)

Terán-Yepey, E., & Guerrero-Mora, A. (2020). Teorías de emprendimiento: revisión crítica de la literatura y sugerencias para futuras investigaciones. *Revista espacios*, 41(07), 7-23.

<https://www.revistaespacios.com/a20v41n07/a20v41n07p07.pdf>

Torres Pereira, G., & Zumba Zuñiga, M. (2015). *Gestión de la innovación en las PYMES del sector servicios de la provincia del sur de Ecuador*. Congreso Internacional de Investigación. Cortazor.

<http://www.congresoucec.com.mx/documentos/mem2016/Ponencias/P-UCEC561.pdf>

TSC. (2022). *Ley de impuesto sobre ventas*. Tribunal Superior de Cuentas.

[https://www.google.hn/search?q=decreto+N%C2%BA+135-](https://www.google.hn/search?q=decreto+N%C2%BA+135-94%2C+de+fecha+12+de+octubre+de+1994%2C+publicado+en+el+Diario+Oficial+La+Gaceta+N%C2%BA+27486+del+28+de+octubre+de+1994.&sca_esv=563180349&bih=803&biw=1707&hl=es-419&sxsrf=AB5stBh4uLVHYd7hu5gKkRwP1EfFgXz)

[94%2C+de+fecha+12+de+octubre+de+1994%2C+publicado+en+el+Diario+Oficial+La+Gaceta+N%C2%BA+27486+del+28+de+octubre+de+1994.&sca_esv=563180349&bih=803&biw=1707&hl=es-419&sxsrf=AB5stBh4uLVHYd7hu5gKkRwP1EfFgXz](https://www.google.hn/search?q=decreto+N%C2%BA+135-94%2C+de+fecha+12+de+octubre+de+1994%2C+publicado+en+el+Diario+Oficial+La+Gaceta+N%C2%BA+27486+del+28+de+octubre+de+1994.&sca_esv=563180349&bih=803&biw=1707&hl=es-419&sxsrf=AB5stBh4uLVHYd7hu5gKkRwP1EfFgXz)

TSC. (29 de Octubre de 2023). *Tribuna superior de cuentas*.

<https://www.tsc.gob.hn/biblioteca/index.php/leyes/787-ley-de-apoyo-a-la-micro-y-pequena-empresa>

Urrutia, B. (2016). Formación de redes estratégicas para crear valor: las cervecerías artesanales en México. *Revista Mexicana de Agronegocios*, 39, 377 - 388.

<https://doi.org/10.22004/ag.econ.252866>

Valenzuela, G. (2013). *Plan de negocios para la creación de una micro-cervecería premium para Honduras*. Tesis, Universidad de Chile, Facultad de ciencias físicas y matemáticas, Santiago. https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/115374/cf-valenzuela_gn.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Vásquez Ordóñez, J., & Argueta Gómez, R. (2016). *Pre-facilidad financiera en elaboración de cerveza artesanal en Honduras*. Unitec, Ciencias económicas.

<https://repositorio.unitec.edu/xmlui/bitstream/handle/123456789/8720/11443019-enero2016-m01-t.pdf?sequence=1>

Vega-Jurado, J., Gutiérrez-Gracia, A., & Fernández-de-Lucio, I. (2008). ¿Cómo innovan las empresas españolas?: Una evidencia empírica. 3(3), 100-111.

<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.4067/S0718-27242008000100010>

Vélez, E. (2013). El ecosistema de las industrias culturales en Colombia. *Revista UIS humanidades*, 41(2), 1-5.

<https://revistas.uis.edu.co/index.php/revistahumanidades/article/view/4932>

- Vélez-Romero, X. A., & Ortiz Restrepo, S. (2016). Emprendimiento e innovación: Una aproximación teórica. *Dominio de las Ciencias*, 2(4), 346-369.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5802889>
- Vera Ruiz, A. (2019). *Perfiles psicológicos de emprendedores en Perú según tipos de origen y valor*. Tesis, Pontificia Universidad Católica del Perú , Posgrado.
https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/15504/Vera_Ruiz_Perfiles_psicol%C3%B3gicos_emprendimiento1.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Vernaza Arroyo, G., Medina Sánchez, E. P., & Chamorro Quiñonez, J. (2020). Innovación, emprendimiento e investigación científica. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, 26(3), 163-174. <https://www.redalyc.org/journal/280/28063519006/28063519006.pdf>
- Vesga, R. (2008). Emprendimiento e innovación en Colombia:¿ Qué nos está haciendo falta. *Observatorio de Competitividad del Centro de Estrategia y Competitividad*, 3.
https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/55063459/Emprendimiento_e_innovacion-libre.pdf?1511218884=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DEMPRENDIMIENTO_E_INNOVACION_EN_COLOMBIA.pdf&Expires=1680579245&Signature=Y6XAlE92hgz5G29mQpGGx5erRGUBfs2qHK
- Vicens, L., & Grullón , S. (2011). *Un modelo basado en el desarrollo del emprendedor*. Banco Interamericano de Desarrollo y el Compete Caribbean. Santo Domingo, Rep. Dominicana: Compete Caribbean.
https://www.academia.edu/download/35442263/Vicens_and_Grullon_final_Innovation-and-Entrepreneurship-A-Model-based-on-Entrepreneur-Development-spanish.pdf

- Vidal de la Rosa, G. (2010). Teoría democrática. Joseph Schumpeter y la síntesis moderna. *Argumentos (Méx.)*, 23(62), 177-199. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0187-57952010000100008&script=sci_abstract&tlng=pt
- Villagómez, G., Viteri, J., & Medina, A. (2012). Teoría de restricciones para procesos de manufactura. *Enfoque UTE*, 3(1), 14-28. https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=Teor%C3%ADa+de+restricciones+para+procesos+de+manufactura&btnG=#d=gs_cit&t=1680198134023&u=%2Fscholar%3Fq%3Dinfo%3Av-9WmKrq08YJ%3Ascholar.google.com%2F%26output%3Dcite%26scirp%3D0%26hl%3Des
- Villalaz, M., & Quintero de Muñoz, V. (2021). El sector financiero y su influencia en el emprendimiento de Panamá. *D´economía*, 1, 51-61. https://revistas.up.ac.pa/index.php/D_ECONOMIA/article/view/1998/1564
- Virla, M. Q. (2010). Confiabilidad y coeficiente Alfa de Cronbach. *Telos*, 12(2), 248-252. <https://www.redalyc.org/pdf/993/99315569010.pdf>
- Vivus. (24 de 02 de 2022). *Las cervezas más populares del mundo*. <https://www.vivus.es/blog/las-cervezas-mas-populares-del-mundo>
- Weinberger-Villarán, K.-E. (2019). Componentes del Ecosistema de Emprendimiento de Lima que Inciden en Crecimiento y Desarrollo de Startups. *Journal of Technology Management & Innovation*, 14(4), 119-136. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.4067/S0718-27242019000400119>

- Winkelman, B., Evelyn Colino, E., & Civitaresi, M. (2019). El Sistema Agroalimentario Localizado de la cerveza artesanal de San Carlos de Bariloche, Argentina. *Revista RIVAR*, 6(18), 34-58. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.35588/rivar.v6i18.4174>
- Wong, P., Ho, Y., & Autio, E. (2005). Emprendimiento, Innovación y Crecimiento Económico: Evidencia de datos GEM. *Small Business Economics*, 24(3), 335-350. <https://link.springer.com/article/10.1007/s11187-005-2000-1>
- World Intellectual Property Organization. (2022). *Índice Mundial de Innovación: executive summary*. Organización Mundial de la propiedad Intelectual. Unknown. <https://doi.org/DOI: 10.34667/tind.46615>
- Zambrano-Silva, D. H., Soto-Chávez, L. E., & Ugalde-Vicuña, J. W. (2021). Teoría de las restricciones y su impacto en las mejoras de la productividad. *Polo del Conocimiento*, 6(11), 398-411. <https://www.polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/3277>
- Zambrano-Silva, D. H., Soto-Chávez, L., & Ugalde-Vicuña, J. W. (2021). Teoría de las restricciones y su impacto en las mejoras de la productividad. *Polo del conocimiento*, 6(11), 398-411. <https://doi.org/https://www.polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/3277>
- Zea, M. T. (22 de Enero de 2023). *Cervezas artesanales elevan el valor de la industria panameña*. <https://www.bloomberglinea.com/2023/01/22/cervezas-artesanales-elevan-el-valor-de-la-industria-panamena/>

ANEXOS

A continuación, se dan a conocer los anexos derivados del desarrollo de esta investigación.

Anexo 1. Entrevista estructurada



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE HONDURAS

Facultad de Ciencias Económicas

Postgrado de la Facultad de Ciencias Económicas

Dirección del Sistema de Estudios de Postgrado

Doctorado en Dirección empresarial

Cuestionario:

Instrucción: Soy doctorando del Doctorado en Dirección empresarial, promoción IV y estoy realizando mi tesis sobre el tema; Factores de restricción e innovación de los emprendimientos cerveceros artesanales para incursionar en el mercado masivo en Honduras. Resaltamos que la información es confidencial y para uso exclusivo de esta investigación. No se difundirán datos personales ni nombres de emprendimientos en la misma.

A continuación, de respuesta o marque con una X, las opciones que estime pertinente a la interrogante planteada.

1. Evalúe su nivel de innovación en el sector de la cerveza artesanal, del 1 al 5 (siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto):

1 _____ 2 _____ 3 _____ 4 _____ 5 _____

2. ¿En qué áreas aplica investigación para innovar en su negocio? del 1 al 5:

Creación de n (siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto)

Nueva cerveza 1 _____ 2 _____ 3 _____ 4 _____ 5 _____

Producción 1 _____ 2 _____ 3 _____ 4 _____ 5 _____

Administración 1 _____ 2 _____ 3 _____ 4 _____ 5 _____

Distribución 1 _____ 2 _____ 3 _____ 4 _____ 5 _____

Puntos de ventas 1 _____ 2 _____ 3 _____ 4 _____ 5 _____

3. ¿En qué área ha implementado procesos de innovación para mejorar su producción?

Diseño de producto _____ Transformación de producto _____ Calidad _____ Automatización de procesos _____ Eficiencia y sostenibilidad _____

4. ¿Cuántas patentes de sus productos, invenciones o procesos de la cerveza artesanal tiene registradas?

0 _____, 1-2 _____, 3-4 _____, 5-6 _____, 7 en adelante _____

5. ¿Cuáles son los tipos de innovación que ha realizado en su negocio?

Ninguno _____ De producto _____ Procesos _____ Organizativas _____

Comerciales _____ Marcas _____ Diseño _____

6. ¿Cuáles son los tipos de recursos que tiene para realizar proceso de investigación y desarrollo en su emprendimiento de cerveza artesanal? del 1 al 5 (siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto):

Materia prima 1 _____ 2 _____ 3 _____ 4 _____ 5 _____

Financiero 1 _____ 2 _____ 3 _____ 4 _____ 5 _____

Tecnología 1 _____ 2 _____ 3 _____ 4 _____ 5 _____

Infraestructura 1 _____ 2 _____ 3 _____ 4 _____ 5 _____

Recurso humano 1 _____ 2 _____ 3 _____ 4 _____ 5 _____

7. ¿Con cuáles de las siguientes medidas en relación a la expansión de su mercado de cerveza artesanal está de acuerdo?

_____ Estamos actualmente explorando activamente oportunidades para expandir nuestra presencia en nuevos mercados.

_____ Hemos identificado oportunidades concretas para el crecimiento en segmentos de mercado específicos.

_____ Estamos realizando inversiones significativas en estrategias de marketing y distribución con el objetivo de llegar a un público más amplio.

_____ Estamos abiertos a considerar colaboraciones o asociaciones que nos permitan expandir nuestra presencia en el mercado.

8. ¿Cuáles son los principales obstáculos de un cervecero artesanal al intentar promover una nueva cerveza? del 1 al 5 (siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto):

Materia prima 1 _____ 2 _____ 3 _____ 4 _____ 5 _____

Financiamiento 1 _____ 2 _____ 3 _____ 4 _____ 5 _____

Mercado 1 _____ 2 _____ 3 _____ 4 _____ 5 _____

Envasado 1 _____ 2 _____ 3 _____ 4 _____ 5 _____

Tecnológico 1 _____ 2 _____ 3 _____ 4 _____ 5 _____

Comercial 1 _____ 2 _____ 3 _____ 4 _____ 5 _____

Equipo 1 _____ 2 _____ 3 _____ 4 _____ 5 _____

Infraestructura 1 _____ 2 _____ 3 _____ 4 _____ 5 _____

9. ¿Cuál es el nivel de aceptación en el mercado nacional que tiene la creación de nuevos tipos de cerveza? del 1 al 5 (siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto):

1 _____ 2 _____ 3 _____ 4 _____ 5 _____

10. ¿Cuáles de las siguientes estrategias utiliza para tener posicionamiento en un mercado competencia?

Precio y calidad _____ De competencia _____ Sostenibilidad _____ Experiencia del cliente o usuario _____ Accesibilidad _____ Diferenciación _____ Costo _____ Valor _____ Presentación _____

11. ¿Cuáles de las siguientes opciones considera que le permite diferenciarse a su producto de su competencia? del 1 al 5 (siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto):

Estilos únicos de cerveza 1 _____ 2 _____ 3 _____ 4 _____ 5 _____

Precio 1 _____ 2 _____ 3 _____ 4 _____ 5 _____

Presentación creativa 1 _____ 2 _____ 3 _____ 4 _____ 5 _____

Sabor 1 _____ 2 _____ 3 _____ 4 _____ 5 _____

Calidad 1 _____ 2 _____ 3 _____ 4 _____ 5 _____

12. ¿Cuenta con el equipo necesario para la elaboración de cerveza artesanal?

Totalmente en desacuerdo _____ En desacuerdo _____ Indeciso _____ De acuerdo _____ Totalmente de acuerdo _____

13. ¿Cuáles de las siguientes técnicas de producción pueden influir en su productividad?

Incremento de producción _____ Reducción de costos _____ Eficiencia _____ Sostenibilidad _____ Automatización _____

14. ¿En qué medida pueden incrementar sus costos al aplicar nuevas técnicas de producción?

En nada _____ Poco _____ Regular _____ Mucho _____ Bastante _____

15. ¿En qué medida puede incrementar su productividad al aplicar nuevas técnicas de producción?

En nada _____ Poco _____ Regular _____ Mucho _____ Bastante _____

16. ¿Cuál de los siguientes desafíos considera más importantes para incursionar en nuevos clientes de la cerveza artesanal?

Producción _____ Financiamiento _____ Planificación estratégica _____ Falta de reconocimiento _____ Riesgo _____ Infraestructura _____

17. ¿Qué grado de dificultad existe en la búsqueda nuevas fuentes de materia prima en el sector de la cerveza artesanal? del 1 al 5 (siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto):

1 _____ 2 _____ 3 _____ 4 _____ 5 _____

18. ¿Cuál de los siguientes desafíos influyen en la decisión de buscar nuevas fuentes para la materia prima?

Tiempo____ Costo ____ Proveedores extranjeros ____ Escasez de materia prima ____ Riesgo____
Rendimiento____ Cadena logística____ Almacenamiento____

19. ¿Cómo afecta la competencia de la cerveza industrial a su negocio? del 1 al 5 (siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto):

1____ 2____ 3____ 4____ 5____

20. ¿Cuáles de los siguientes desafíos enfrenta al competir con la cerveza industrial? (puede marcar varios)

Producción____ Tecnología ____ Falta de reconocimiento en el mercado____ Cadena logística ____
Precio de venta ____ Mercado____ Fuerza de ventas____ Financiamiento ____ Inversión ____

21. ¿Qué aspecto considera le permite competir con la industria de la cerveza industrial?

Nuevos tipos de cerveza____ Calidad ____ Diseño y etiqueta creativa____ Sostenibilidad ____
Tecnología____ Identidad cultural ____

22. ¿En cuál de estos tipos de emprendimiento encaja su negocio?

Emprendimiento innovador ____ Emprendimiento oportunista ____ Emprendimiento incubador ____
Emprendimiento por necesidad ____ Emprendimiento dinámico ____

23. ¿Cuáles de los siguientes procesos le permitió la creación de su negocio?

Desconozco____ Pre-incubación____ Incubación ____ Post incubación ____ Todas____

24. ¿Considera que los procesos de pre- incubación, incubación le afectaron al momento de la creación de su negocio?

En nada____ En poco ____ Regular____ En mucho ____ Bastante____

25. ¿Cuáles de las siguientes opciones referente a las colaboraciones ha recibido en su emprendimiento artesanal?

Ninguno____ Formación y capacitación ____ Desarrollo de negocios ____ Diseño del modelo de negocio ____
Financiamiento ____ Infraestructura y equipo____ ONG____

26. ¿De qué naturaleza ha sido la entidad que ha proporcionado colaboración a su emprendimiento de la cerveza artesanal?

Ninguna ____ Gubernamental ____ Privada ____ Inversiones de socios____ ONG____

27. ¿Cuánto tiempo recibió algún tipo de colaboración para su negocio?

Ninguna ____ 1 - 3 semanas____ 1- 2 meses ____ 1-2 años____ 3 años en adelante____

28. ¿Cuál es el tipo colaboración referente al financiamiento que ha recibido para su negocio de cerveza artesanal?

Capital propio ____ Capital semilla____ Financiamiento de la Banca____ Fondos de incubadoras ____
Financiamiento de terceros____

29. ¿Cuál es el tipo de colaboración tecnológica que ha recibido para su negocio de cerveza artesanal?

Ninguno _____ Capacitación _____ Transferencia de tecnología _____ Sistema de controles _____
Software _____ Programación y desarrollo _____

30. ¿Cuál es el tipo de colaboración que ha recibido para mejorar sus operaciones en su negocio de cerveza artesanal?

Ninguno _____ Equipo _____ Maquinaria _____ Capacitación técnica _____ Transferencia de tecnología _____

31. ¿Cuál es el tipo de colaboración fiscal que ha recibido para su negocio de cerveza artesanal?

Ninguno _____ Exoneración de impuestos _____ Incentivos fiscales _____ Facilitación de tramites _____
Apoyo a exportación _____

32. ¿Cuántos empleos directos genera su negocio de emprendimiento de cerveza artesanal?

1 a 10 _____ 11 a 25 _____ 26-50 _____ 51-75 _____ 75 en adelante _____

33. ¿Cuántos empleos indirectos genera su negocio de emprendimiento de cerveza artesanal?

1 a 10 _____ 11 a 25 _____ 26-50 _____ 51-75 _____ 75 en adelante _____

34. ¿Qué tipo de redes colaborativas existen entre negocios cerveceros artesanales?

Financiamiento _____ Capacitación _____ Asistencia técnica _____ Equipamiento _____ Formación _____
Ninguno _____

35. ¿Con qué sector tiene colaboración su negocio de cerveza artesanal?

Sector gastronómico y hotelería _____ Turismo _____ Agricultura _____ Empresas de Tecnología _____
Sector gubernamental _____ Financiero _____

36. ¿Cuál es el nivel de facilidad que existe con el crédito para adquirir la materia prima con proveedores? del 1 al 5 (siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto):

1 _____ 2 _____ 3 _____ 4 _____ 5 _____

37. Evalúe el nivel de liderazgo interno en su negocio de cerveza artesanal

_____ Escala 1; No existe, no tiene cumplimiento de elementos o existe, pero no tiene ningún grado de aplicación, No aplica

_____ Escala 2; existe en menor grado con oportunidad de mejora, tiene aplicación parcial o solo en ciertos sectores de la empresa

_____ Escala 3; se aplica en toda la empresa de manera puntual, no tiene ningún grado de supervisión

_____ Escala 4; se aplica de manera permanente en la empresa y tiene supervisión sistemática

_____ Escala 5; se aplica en toda la empresa, tiene supervisión sistemática y mejora continua con innovación

38. Evalúe el nivel de sus habilidades técnicas y administrativas para innovar constantemente

Escala 1 _____ Escala 2 _____ Escala 3 _____ Escala 4 _____ Escala 5 _____

39. Evalúe la aplicación de mejora continua e innovación de su emprendimiento de la cerveza artesanal (siendo 1 lo más bajo y 5 lo más bajo alta)

Escala 1 ____ Escala 2 ____ Escala 3 ____ Escala 4 ____ Escala 5 ____

40. Evalúe la creatividad en sus procesos de producción

Escala 1 ____ Escala 2 ____ Escala 3 ____ Escala 4 ____ Escala 5 ____

41. Evalúe el nivel de motivación de sus colaboradores (1 es baja y 5 es alta)

Escala 1 ____ Escala 2 ____ Escala 3 ____ Escala 4 ____ Escala 5 ____

42. Evalúe el nivel de trabajo en equipo

Escala 1 ____ Escala 2 ____ Escala 3 ____ Escala 4 ____ Escala 5 ____

43. Evalúe su nivel de infraestructura para la producción de cerveza artesanal (siendo 1 lo más bajo y 5 lo más bajo alta)

Escala 1 ____ Escala 2 ____ Escala 3 ____ Escala 4 ____ Escala 5 ____

44. ¿Qué nivel de tecnología tiene para la producción de la cerveza artesanal?

Escala 1 ____ Escala 2 ____ Escala 3 ____ Escala 4 ____ Escala 5 ____

45. Evalúe sus procesos para lograr la Satisfacción del cliente

Escala 1 ____ Escala 2 ____ Escala 3 ____ Escala 4 ____ Escala 5 ____

46. ¿Cuál es su nivel de reclamos por parte del consumidor a su cerveza artesanal? del 1 al 5 (siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto):

1 ____ 2 ____ 3 ____ 4 ____ 5 ____

47. ¿En qué nivel puede evaluar las actividades de responsabilidad social y ambiental que realiza?

Escala 1 ____ Escala 2 ____ Escala 3 ____ Escala 4 ____ Escala 5 ____

48. ¿Cuáles son los procesos que están estandarizados en su emprendimiento de cerveza artesanal?

Ninguno ____ Fabricación ____ Control de calidad ____ Envasado ____ Etiquetado ____

Ventas ____ Servicio al cliente ____ Logística ____

49. ¿Con que frecuencia implementa la mejora continua en sus procesos de producción de cerveza artesanal?

Nunca ____ Raramente ____ Ocasionalmente ____ Frecuentemente ____ Muy frecuentemente ____

50. ¿En qué áreas tiene estándares de calidad definidos?

Ninguno ____ Adquisición de materia prima ____ Producción ____ Logística ____

Distribución ____ Ventas ____ Servicio al cliente ____

51. Evalúe sus procesos de verificación para detectar oportunidad de mejora en sus procesos de la producción de cerveza artesanal del 1 al 5 (siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto):

1 ____ 2 ____ 3 ____ 4 ____ 5 ____

52. ¿Cuál es su nivel de acciones correctivas que toma para abordar las áreas con oportunidad de mejora? del 1 al 5 (siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto):

1 _____ 2 _____ 3 _____ 4 _____ 5 _____

53. ¿Cuáles de las siguientes opciones considera que limita su producción?

Materia prima _____ Infraestructura _____ Maquinaria _____ Financiamiento _____ Procesos _____
Mano de obra _____ Tecnología _____ Equipo _____ Sistemas _____

54. ¿Cómo realiza su gestión de inventario y materia prima en su emprendimiento cervecero?

Ninguno _____ Software _____ Control de inventario _____ Prácticas de rotación _____ Por lote _____

55. ¿Cuál es el nivel de desechos que tiene al fabricar un lote de cerveza artesanal? del 1 al 5 (siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto):

1 _____ 2 _____ 3 _____ 4 _____ 5 _____

56. ¿Cuál es el nivel de desperdicio que tiene al fabricar un lote de cerveza artesanal? del 1 al 5 (siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto):

1 _____ 2 _____ 3 _____ 4 _____ 5 _____

57. Evalúe el nivel de demora que tiene al fabricar un lote de cerveza artesanal

De 1 a 3 días _____, de 4 a 7 días _____, 8 a 11 días _____, 12 a 15 días _____, Más de 15 días _____

58. ¿Cuál es el nivel de restricción en relación al acceso a crédito que tiene su negocio?

Nada _____ Poco _____ Regular _____ Mucho _____ Bastante _____

59. ¿Cuáles de las siguientes opciones le restringe al momento de solicitar

un crédito? Garantías _____ Falta de formalización _____ Riesgo _____ Historial crediticio _____

Capacidad de pago _____

60. ¿Cuáles de las siguientes opciones maneja para llevar un control de contable?

Ninguno _____ Reporte _____ Conciliación _____ Estado de resultado _____ Informes financieros _____

61. ¿Cuáles de las siguientes opciones de restricciones de conocimiento tiene para la producción de cerveza artesanal?

Ninguno _____ Capacitación _____ Experiencia _____ Formación técnica _____ Auxiliares _____

62. ¿Cuál de las siguientes restricciones en la producción le impide a alcanzar rentabilidad a su negocio?

Infraestructura _____ Producción a escala _____ Adquisición de materia prima _____ Equipo _____
Tecnología _____

63. ¿Cuál es la capacidad de producción de cerveza artesanal de su equipo?

50-120 litros _____ 121-300 litros _____ 301-500 _____ 501-1000 _____ 1000 en adelante _____

64. ¿En qué nivel se encuentra su negocio en cuanto a la maquinaria utilizada en la producción de cerveza? del 1 al 5 (siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto):

1 _____ 2 _____ 3 _____ 4 _____ 5 _____

65. ¿Cuáles de los siguientes tipos de sistema tecnológico utiliza para la producción de cerveza artesanal?

Desconoce _____ Sistema de control de temperatura _____ Sistema de filtrado para obtener la claridad _____ Sistema de envase _____ Software de control _____

66. ¿En qué nivel se encuentra su negocio en cuanto al equipo o tecnología para el llenado de cerveza artesanal? del 1 al 5 (siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto):

1 _____ 2 _____ 3 _____ 4 _____ 5 _____

67. ¿En qué nivel se encuentra su negocio en cuanto al envasado de cerveza artesanal? del 1 al 5 (siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto):

1 _____ 2 _____ 3 _____ 4 _____ 5 _____

68. ¿Cuáles de los siguientes impuestos gubernamentales le afectan para la producción y comercialización de cerveza artesanal?

Impuesto de la Industria Comercio y Servicio _____ Impuesto de bienes inmuebles _____ Impuesto según decreto 17-2014 por litro producido _____ Impuesto sobre la renta _____ Otros _____

69. ¿En qué nivel las leyes locales le afectan para producir y comercializar la cerveza artesanal? del 1 al 5 (siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto):

1 _____ 2 _____ 3 _____ 4 _____ 5 _____

70. ¿Cuál de los siguientes permisos le representó mayor dificultad obtenerlo para producir y comercializar la cerveza artesanal en Honduras?

Permiso municipal _____ Permiso ambiental _____ Permiso de Operaciones _____ Permiso IHADFA _____ Otros _____

71. ¿En qué nivel se encuentra su negocio en cuanto a implementar los aspectos laborales de acuerdo a ley en su emprendimiento de cerveza artesanal? del 1 al 5 (siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto):

1 _____ 2 _____ 3 _____ 4 _____ 5 _____

72. ¿Los impuestos le afectan para importar la materia prima para fabricar cerveza artesanal en Honduras?

Totalmente en desacuerdo _____ En desacuerdo _____ Indeciso _____ De acuerdo _____ Totalmente de acuerdo _____

73. ¿Qué nivel de aplicación de etiquetado de acuerdo a ley cuenta su emprendimiento de cerveza artesanal? del 1 al 5 (siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto):

1 _____ 2 _____ 3 _____ 4 _____ 5 _____

74. ¿Cuáles son las principales dificultades que enfrenta en el procesamiento de la materia prima para la elaboración de cerveza artesanal?

Falta de conocimiento____ Falta de maquinaria____ Infraestructura ____ Tecnología ____ Falta de la materia prima adecuada____ Almacenamiento____ Logística____

75. ¿Cuáles de los siguientes tipos de cerveza artesanal produce en su negocio?

Pales ales____ Stouts ____ IPAs ____ Belgas ____ Experimentales____

Otras: _____

76. ¿Cómo selecciona sus materias primas, como malta, lúpulo y levadura, para garantizar la calidad y consistencia de tus cervezas artesanales?

Costo____ Frescura ____ Cepa____ Aroma ____ Proveedor de confianza____

77. ¿Cuál es el factor clave en el proceso de elaboración de la cerveza artesanal que considera más críticos para lograr la calidad y el sabor deseados en su cerveza artesanal?

Materia prima____ Precisión en las fases____ Fermentación____ Control de temperatura____

Envasado____ Estandarización de procesos____

78. ¿Cuáles de las siguientes dificultades enfrenta en el área de logística en su negocio?

Almacenamiento____ Gestión de inventario____ Transporte____ Embalaje y etiquetado____ Falta de estandarización ____ Costos____ Distancias ____ Asaltos ____ Crimen o extorsión____

79. ¿Cuáles de las siguientes opciones utiliza para distribuir su cerveza artesanal a los puntos de ventas?

Venta en el local____ Venta a restaurantes y bares____ Venta online (en línea)____

Supermercados____ Tienda minoristas ____

80. ¿Cuáles de las siguientes acciones de sostenibilidad realiza para mitigar el riesgo de contaminación en los diferentes procesos?

Ahorro de agua____ Diseño de etiqueta biodegradable ____ Envase biodegradable____ Reducción de residuos ____ Reciclaje____ Consumo de energía____ Ninguna____

Anexo 2. Validación del instrumento

Fecha: 20/11/23

Nombre y apellido del experto	Cristian Becerra	Firma: Cristian Becerra
Grado Académico	Ing. Industrial	
Nombre del autor del instrumento	José Valdo Acosta Tzin	
Tema del instrumento	Factores de restricción e innovación de los emprendimientos de la cerveza artesanal para incursionar en el mercado masivo en Honduras	

Tabla de evaluación de Validación de instrumento Experto siendo aprobado mayor a 30 Puntos						
Tema	Criterio	Deficiente 1	Regular 2	Bueno 3	Muy bueno 4	Excelente 5
Redacción adecuada	Escritura adecuada				X	
Nivel de coherencia y lógica	Relación con el tema				X	
Objetividad	Medición de resultados efectivo					X
Secuencia de las preguntas	Las preguntas tienen un orden lógico					X
Aplicabilidad	Facilidad de aplicación				X	
Representatividad de la pregunta	Precisión de la pregunta				X	
Importancia de la pregunta	Aporte de la pregunta					X
Calidad de la pregunta	Permite obtener resultados efectivos				X	

Total: _____ Rechazo: _____ Aprobado: X

Sugerencia: Ampliar rango a nivel de Honduras

Fecha: _____

Nombre y apellido del experto	Gustavo Videa	Firma:	
Grado Académico	Lic. Admin.		
Nombre del autor del instrumento	José Valdo Acosta Tzin		
Tema del instrumento	Factores de restricción e innovación de los emprendimientos de la cerveza artesanal para incursionar en el mercado masivo en Honduras		

Tabla de evaluación de Validación de instrumento Experto siendo aprobado mayor a 30 Puntos						
Tema	Criterio	Deficiente 1	Regular 2	Bueno 3	Muy bueno 4	Excelente 5
Redacción adecuada	Escritura adecuada					✓
Nivel de coherencia y lógica	Relación con el tema					✗
Objetividad	Medición de resultados efectivo					✗
Secuencia de las preguntas	Las preguntas tienen un orden lógico					✓
Aplicabilidad	Facilidad de aplicación					✗
Representatividad de la pregunta	Precisión de la pregunta					✗
Importancia de la pregunta	Aporte de la pregunta					✗
Calidad de la pregunta	Permite obtener resultados efectivos					✗

Total: _____ Rechazo: _____ Aprobado: ✓

Sugerencia: _____

Anexo No. 3 Formato de validación del instrumento

Fecha: 14-11-23

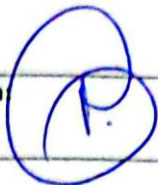
Nombre y apellido del experto	Wilfredo Andrés Mejía.	Firma	
Grado Académico	Master Finanzas		
Nombre del autor del instrumento	Jose Valdo Acosta Ten		
Tema del instrumento	Factores de restricción innovación de los emprendimientos pequeños artesanales para incursionar en el mercado masivo		

Tabla de evaluación de Validación de instrumento Experto siendo aprobado mayor a 30 Puntos						
Tema	Criterio	Deficiente 1	Regular 2	Bueno 3	Muy bueno 4	Excelente 5
Redacción adecuada	Escritura adecuada					X
Nivel de coherencia y lógica	Relación con el tema					X
Objetividad	Medición de resultados efectivo					X
Secuencia de las preguntas	Las preguntas tienen un orden lógico				X	
Aplicabilidad	Facilidad de aplicación					X
Representatividad de la pregunta	Precisión de la pregunta					X
Importancia de la pregunta	Aporte de la pregunta					X
Calidad de la pregunta	Permite obtener resultados efectivos					X

Total: _____ Rechazo: _____ Aprobado: X

Sugerencia: _____

Anexo 3. Notas para la investigación



UNAH
UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE HONDURAS



POSFACE
Posgrado de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables

Ciudad Universitaria "José Trinidad Reyes", 28 de septiembre de 2023

Sector de Emprendimientos de cerveza artesanal
Presente

Por este medio me permito presentar al Doctorando **José Valdo Acosta Tzin** con número de cuenta **DDE100401**, estudiante del **Doctorado en Dirección Empresarial** del Posgrado de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables (POSFACE-UNAH).

Actualmente el Doctorando **José Acosta** está realizando una investigación sobre:

"FACTORES DE RESTRICCIÓN E INNOVACION DE LOS EMPRENDIMIENTOS CERVECEROS PARA INCURSIONAR EN EL MERCADO MASIVO DE HONDURAS"

Para esta investigación, el Doctorando **Acosta** está recopilando datos relacionados a su tema y por lo anterior se solicita de su apoyo para brindar las fuentes de información necesarias para el desarrollo oportuno del documento de tesis de la estudiante.

Los datos recolectados serán utilizados con fines exclusivamente académicos para el desarrollo de su trabajo de investigación de tesis.


Dr. José Francisco Martínez Barahona
Coordinador General
POSFACE

Elaborado por: ED



UNAH
UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE HONDURAS



POSFACE
POSGRADO EN DIRECCIÓN EMPRESARIAL

Ciudad Universitaria "José Trinidad Reyes", 28 de agosto de 2023

Abogada

Karla Elizabeth Lanza

Especialista de acceso a la Información Pública

Servicio de Administración de Rentas (SAR)

Presente

Por este medio me permito presentar al Doctorando José Valdo Acosta Tzín con número de cuenta DDE100401, estudiante del Doctorado en Dirección Empresarial del Posgrado de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables (POSFACE-UNAH).

Actualmente el Doctorando José Acosta está realizando una investigación sobre:

**"FACTORES DE RESTRICCIÓN E INNOVACION DE LOS EMPRENDIMIENTOS CERVECEROS
PARA INCURSIONAR EN EL MERCADO MASIVO DE HONDURAS"**

Para esta investigación, el Doctorando Acosta está recopilando datos relacionados a su tema y por lo anterior se solicita de su apoyo para brindar las fuentes de información necesarias para el desarrollo oportuno del documento de tesis de la estudiante.

Los datos recolectados serán utilizados con fines exclusivamente académicos para el desarrollo de su trabajo de investigación de tesis.


Dr. José Francisco Magaña Parahona
Coordinador General
POSFACE

Elaborado por: ED

Anexo 4. Cervezas artesanales





Anexo. 5 pruebas de normalidad

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
Evalúe su nivel de innovación en el sector de la cerveza artesanal, del 1 al 5 (siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto):	.616	14	.000
¿En qué áreas aplica investigación para innovar en su negocio? del 1 al 5 (siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto): Creación de nueva cerveza	.428	14	.000
¿En qué áreas aplica investigación para innovar en su negocio? del 1 al 5 (siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto): Producción	.646	14	.000
¿En qué áreas aplica investigación para innovar en su negocio? del 1 al 5 (siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto): Administración	.516	14	.000
¿En qué áreas aplica investigación para innovar en su negocio? del 1 al 5 (siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto): Distribución	.576	14	.000
¿En qué áreas aplica investigación para innovar en su negocio? del 1 al 5 (siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto): Puntos de ventas	.428	14	.000
¿En qué área ha implementado procesos de innovación para mejorar su producción?	.428	14	.000
¿Cuántas patentes de sus productos, invenciones o procesos de la cerveza artesanal tiene registradas?	.516	14	.000
¿Cuáles son los tipos de innovación que ha realizado en su negocio?	.297	14	.000
¿Cuáles son los tipos de recursos que tiene para realizar proceso de investigación y desarrollo en su emprendimiento de cerveza artesanal? del 1 al 5 en cada apartado (siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto); Materia prima	.616	14	.000

¿Cuáles son los tipos de recursos que tiene para realizar proceso de investigación y desarrollo en su emprendimiento de cerveza artesanal? del 1 al 5 en cada apartado (siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto); Financiero	.428	14	.000
¿Cuáles son los tipos de recursos que tiene para realizar proceso de investigación y desarrollo en su emprendimiento de cerveza artesanal? del 1 al 5 en cada apartado (siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto); Tecnología	.616	14	.000
¿Cuáles son los tipos de recursos que tiene para realizar proceso de investigación y desarrollo en su emprendimiento de cerveza artesanal? del 1 al 5 en cada apartado (siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto); Infraestructura	.576	14	.000
¿Cuáles son los tipos de recursos que tiene para realizar proceso de investigación y desarrollo en su emprendimiento de cerveza artesanal? del 1 al 5 en cada apartado (siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto); Recurso humano	.576	14	.000
¿Con cuáles de las siguientes medidas en relación a la expansión de su mercado de cerveza artesanal está de acuerdo?	.297	14	.000
¿Cuáles son los principales obstáculos de un cervecero artesanal al intentar promover una nueva cerveza? del 1 al 5 en cada apartado (siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto); Materia prima	.616	14	.000
¿Cuáles son los principales obstáculos de un cervecero artesanal al intentar promover una nueva cerveza? del 1 al 5 en cada apartado (siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto); financiamiento	.646	14	.000
¿Cuáles son los principales obstáculos de un cervecero artesanal al intentar promover una nueva cerveza? del 1 al 5 en cada apartado (siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto); Mercado	.639	14	.000

¿Cuáles son los principales obstáculos de un cervecero artesanal al intentar promover una nueva cerveza? del 1 al 5 en cada apartado (siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto); Envasado	.516	14	.000
¿Cuáles son los principales obstáculos de un cervecero artesanal al intentar promover una nueva cerveza? del 1 al 5 en cada apartado (siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto); Tecnológico	.516	14	.000
¿Cuáles son los principales obstáculos de un cervecero artesanal al intentar promover una nueva cerveza? del 1 al 5 en cada apartado (siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto); Equipo	.576	14	.000
¿Cuáles son los principales obstáculos de un cervecero artesanal al intentar promover una nueva cerveza? del 1 al 5 en cada apartado (siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto); Infraestructura	.616	14	.000
¿Cuál es el nivel de aceptación en el mercado nacional que tiene la creación de nuevos tipos de cerveza? del 1 al 5 (siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto):	.616	14	.000
¿Cuáles de las siguientes estrategias utiliza para tener posicionamiento en un mercado competitivo?	.779	14	.003
¿Cuáles de las siguientes opciones considera que le permite diferenciarse a su producto de su competencia? del 1 al 5 en cada apartado (siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto): Estilos únicos de cerveza	.516	14	.000
¿Cuáles de las siguientes opciones considera que le permite diferenciarse a su producto de su competencia? del 1 al 5 en cada apartado (siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto): Precio	.297	14	.000

¿Cuáles de las siguientes opciones considera que le permite diferenciarse a su producto de su competencia? del 1 al 5 en cada apartado (siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto): Presentación creativa	.646	14	.000
¿Cuáles de las siguientes opciones considera que le permite diferenciarse a su producto de su competencia? del 1 al 5 en cada apartado (siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto): Sabor	.	14	.
¿Cuáles de las siguientes opciones considera que le permite diferenciarse a su producto de su competencia? del 1 al 5 en cada apartado (siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto): Calidad	.	14	.
¿Cuenta con el equipo necesario para la elaboración de cerveza artesanal?	.	14	.
¿Cuáles de las siguientes técnicas de producción pueden influir en su productividad?	.639	14	.000
¿En qué medida pueden incrementar sus costos al aplicar nuevas técnicas de producción?	.576	14	.000
¿En qué medida puede incrementar su productividad al aplicar nuevas técnicas de producción?	.516	14	.000
¿Cuál de los siguientes desafíos considera más importantes para incursionar en nuevos clientes de la cerveza artesanal?	.639	14	.000
¿Qué grado de dificultad existe en la búsqueda nuevas fuentes de materia prima en el sector de la cerveza arsenal? del 1 al 5 (siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto):	.576	14	.000
¿Cuál de los siguientes desafíos influyen en la decisión de buscar nuevas fuentes para la materia prima?	.438	14	.000
¿Cómo afecta la competencia de la cerveza industrial a su negocio? del 1 al 5 (siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto)	.428	14	.000

¿Cuáles de los siguientes desafíos enfrenta al competir con la cerveza industrial? (puede marcar varios)	.750	14	.001
¿Qué aspecto considera le permite competir con la industria de la cerveza industrial?	.	14	.
¿En cuál de estos tipos de emprendimiento encaja su negocio?	.297	14	.000
¿Cuáles de los siguientes procesos le permitió la creación de su negocio?	.	14	.
¿Considera que los procesos de pre-incubación, incubación le afectaron al momento de la creación de su negocio?	.297	14	.000
¿Cuáles de las siguientes opciones referente a las colaboraciones ha recibido en su emprendimiento artesanal?	.688	14	.000
¿De qué naturaleza ha sido la entidad que ha proporcionado colaboración a su emprendimiento de la cerveza artesanal?	.	14	.
¿Cuánto tiempo recibió algún tipo de colaboración para su negocio?	.428	14	.000
¿Cuál es el tipo colaboración referente al financiamiento que ha recibido para su negocio de cerveza artesanal?	.428	14	.000
¿Cuál es el tipo de colaboración tecnológica que ha recibido para su negocio de cerveza artesanal?	.428	14	.000
¿Cuál es el tipo de colaboración que ha recibido para mejorar sus operaciones en su negocio de cerveza artesanal?	.428	14	.000
¿Cuál es el tipo de colaboración fiscal que ha recibido para su negocio de cerveza artesanal?	.	14	.
¿Cuántos empleos directos genera su negocio de emprendimiento de cerveza artesanal?	.	14	.
¿Cuántos empleos indirectos genera su negocio de emprendimiento de cerveza artesanal?	.	14	.

¿Qué tipo de redes colaborativas existen entre negocios cerveceros artesanales?	.576	14	.000
¿Con que sector tiene colaboración su negocio de cerveza artesanal?	.297	14	.000
¿Cuál es el nivel de facilidad que existe con el crédito para adquirir la materia prima con proveedores? del 1 al 5 (siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto):	.516	14	.000
Evalué el nivel de liderazgo interno en su negocio de cerveza artesanal	.616	14	.000
Evalué el nivel de sus habilidades técnicas para innovar constantemente	.646	14	.000
Evalué la aplicación de mejora continua e innovación de su emprendimiento de la cerveza artesanal (siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto)	.616	14	.000
Evalué la creatividad en sus procesos de producción	.646	14	.000
Evalué el nivel de trabajo en equipo	.646	14	.000
Evalué el nivel de motivación de sus colaboradores del 1 al 5 (siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto)	.616	14	.000
Evalué su nivel de infraestructura para la producción de cerveza artesanal del 1 al 5 (siendo 1 lo más bajo y 5 lo más bajo alta)	.639	14	.000
¿Qué nivel de tecnología tiene para la producción de la cerveza artesanal?	.639	14	.000
Evalué sus procesos para lograr la Satisfacción del cliente	.639	14	.000
¿Cuál es su nivel de reclamos por parte del consumidor a su cerveza artesanal? del 1 al 5 (siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto):	.	14	.
¿En qué nivel puede evaluar las actividades de responsabilidad social y ambiental que realiza?	.616	14	.000

¿Cuáles son los procesos que están estandarizados en su emprendimiento de cerveza artesanal?	.428	14	.000
¿Con qué frecuencia implementa la mejora continua en sus procesos de producción de cerveza artesanal?	.516	14	.000
¿En qué áreas tiene estándares de calidad definidos?	.297	14	.000
Evalúe sus procesos de verificación para detectar oportunidad de mejora en sus procesos de la producción de cerveza artesanal del 1 al 5, (siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto):	.646	14	.000
¿Cuál es su nivel de acciones correctivas que toma para abordar las áreas con oportunidad de mejora? del 1 al 5: (siendo 1 lo más bajo y 5 lo más bajo alto)	.516	14	.000
¿Cuáles de las siguientes opciones considera que limita su producción?	.616	14	.000
Cómo realiza su gestión de inventario y materia prima en su emprendimiento cervecero?	.646	14	.000
¿Cuál es el nivel de desechos que tiene al fabricar un lote de cerveza artesanal? del 1 al 5 (siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto):	.297	14	.000
¿Cuál es el nivel de desperdicio que tiene al fabricar un lote de cerveza artesanal? del 1 al 5 (siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto):	.297	14	.000
Evalúe el nivel de demora que tiene al fabricar un lote de cerveza artesanal	.639	14	.000
¿Cuál es el nivel de restricción en relación al acceso a crédito que tiene su negocio?	.516	14	.000
¿Cuáles de las siguientes opciones le restringe al momento de solicitar un crédito?	.428	14	.000

¿Cuáles de las siguientes opciones maneja para llevar un control de contable?	.639	14	.000
¿Cuáles de las siguientes opciones de restricciones de conocimiento tiene para la producción de cerveza artesanal?	.516	14	.000
¿Cuál de las siguientes restricciones en la producción le impide a alcanzar rentabilidad a su negocio?	.576	14	.000
Cuál es la capacidad de producción de cerveza artesanal de su equipo?	.297	14	.000
¿En qué nivel se encuentra su negocio en cuanto a la maquinaria utilizada en la producción de cerveza? del 1 al 5 (siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto):	.639	14	.000
¿Cuáles de los siguientes tipos de sistema tecnológico utiliza para la producción de cerveza artesanal?	.297	14	.000
¿En qué nivel se encuentra su negocio en cuanto al equipo o tecnología para el llenado de cerveza artesanal? del 1 al 5 (siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto):	.616	14	.000
¿En qué nivel se encuentra su negocio en cuanto al envasado de cerveza artesanal? del 1 al 5 (siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto):	.616	14	.000
¿Cuáles de los siguientes impuestos gubernamentales le afectan para la producción y comercialización de cerveza artesanal?	.576	14	.000
¿En qué nivel las leyes locales le afectan para producir y comercializar la cerveza artesanal? del 1 al 5 (siendo 1 lo más bajo y 5 lo más bajo alto):	.428	14	.000
¿Cuál de los siguientes permisos le representó mayor dificultad obtenerlo para producir y comercializar la cerveza artesanal en Honduras?	.516	14	.000

¿En qué nivel se encuentra su negocio en cuanto a implementar los aspectos laborales de acuerdo a ley en su emprendimiento de cerveza artesanal? del 1 al 5 (siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto):	.616	14	.000
¿Los impuestos le afectan para importar la materia prima para fabricar cerveza artesanal en Honduras?	.	14	.
¿Qué nivel de aplicación de etiquetado de acuerdo a ley cuenta su emprendimiento de cerveza artesanal? del 1 al 5 (siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto):	.616	14	.000
¿Cuáles son las principales dificultades que enfrenta en el procesamiento de la materia prima para la elaboración de cerveza artesanal?	.773	14	.002
¿Cuáles de los siguientes tipos de cerveza artesanal produce en su negocio?	.428	14	.000
Cómo selecciona sus materias primas, como malta, lúpulo y levadura, para garantizar la calidad y consistencia de tus cervezas artesanales?	.639	14	.000
¿Cuál es el factor clave en el proceso de elaboración de la cerveza artesanal que considera más críticos para lograr la calidad y el sabor deseados en su cerveza artesanal?	.428	14	.000
¿Cuáles de las siguientes dificultades enfrenta en el área de logística en su negocio?	.688	14	.000