



IHADFA

GOBIERNO DE LA REPÚBLICA

**INSTITUTO HONDUREÑO PARA LA PREVENCIÓN DEL
ALCOHOLISMO, DROGADICCIÓN Y FARMACODEPENDENCIA**

DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN

**INFORME FINAL
ENCUESTA A FABRICANTES
DE BEBIDAS ALCOHOLICAS**

**PRESENTADO POR: JOHN SEBASTIÁN HULSE PADILLA
CARGO: INVESTIGADOR
AGOSTO**

2022

CONTENIDO

I.	INTRODUCCIÓN.....	3
II.	PERFIL DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	3
III.	PRESENTACIÓN.....	4
IV.	OBJETIVOS	5
	OBJETIVOS GENERAL.....	5
	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	5
V.	PROCESO METODOLOGÍCO	5
VI.	RESULTADOS ENCONTRADOS	6

I. INTRODUCCIÓN

De acuerdo al artículo 148 de la Constitución de la República, El Instituto Hondureño para la Prevención del Alcoholismo, Drogadicción y Farmacodependencia (IHADFA), es la institución Descentralizada del Estado hondureño, de servicio público, de orden social, sin fines de lucro, de carácter permanente y sistémico; con personalidad jurídica y patrimonio propio, Tiene como compromiso garantizar la estabilidad del mismo, para asegurar grados superiores de especialidad y responsabilidad en las grandes tareas de investigación, Prevención y tratamiento de dichas enfermedades y la rehabilitación de los afectados.

IHADFA, Dentro de su organigrama, cuenta con el departamento de investigación responsable del control de las encuestas y estadística del instituto, sobre el consumo de drogas, bebidas alcohólicas, farmacodependientes y sus efectos, otras sustancias que produzcan adicción, el nivel de conocimiento de los daños de las drogas en el organismo humano y el ambiente por parte de la población, entre otras.

Esto mediante la recolección de datos tanto cuantitativos como cualitativos que reflejen el estado de la población según el enfoque específico de cada estudio en particular.

II. PERFIL DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

TEMA: Encuesta nacional de fabricantes de bebidas alcohólicas.

INSTITUCIÓN RESPONSABLE: Instituto Hondureño para la Prevención del Alcoholismo, Drogadicción y Farmacodependencia.

PERIODO DE EJECUCIÓN: III Trimestre 2022.

RESPONSABLES: Departamento de Investigación (IHADFA).

III. PRESENTACIÓN

El presente informe de investigación relata la información detallada recolectada mediante encuestas de forma presencial a las fábricas de bebidas alcohólicas sobre el conocimiento de la actividad. De igual manera se realizó el cruce de variables de algunas características reportadas por las fábricas encuestadas como el departamento, municipio, empleabilidad, rubro entre otros. Edad, con el fin de realizar un análisis segregado por estas y determinar el mejor abordaje del tema con cada grupo.

Es de nuestro interés realizar este tipo de consultas para obtener una visión amplia sobre la información de estas fábricas a nivel nacional y el impacto que pueden alcanzar, ya que, cada año van cambiando y de las cuales las empresas licoreras están conscientes que deben cumplir según la ley, para poder comercializar legalmente sus productos en el territorio hondureño.


John Sebastián Halse
Cargo: Investigador



LA PREVENCIÓN DEL ALCOHOLISMO, JERARQUICIÓN Y FAMILIARIZACIÓN
INVESTIGACION
IHADFA
INFORMACIÓN Y COOPERACIÓN

IV. OBJETIVOS

OBJETIVOS GENERAL

Realizar una encuesta a empresas fabricantes de bebidas alcohólicas, para conocer la situación sobre producción, empleabilidad, ubicación y otros. Con el fin de que el IHADFA cuente con una base de datos actualizada y relevante para mejorar sus servicios.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Conocer el número de fábricas de bebidas alcohólicas a nivel nacional.
- Identificar la ubicación exacta de las fábricas de bebidas alcohólicas.
- Conocer la producción mensual en cada fábrica.
- Conocer el número de empleados por contrato y/o permanentes y cuantos gozan del seguro social y derechos laborales. Así como saber la cantidad de hombres y mujeres contratados en cada Fábrica.
- Identificar si la fábrica cuenta con la certificación del IHADFA.
- Conocer el tipo de actividad al que se dedica la empresa: Exportar, Importar, Almacenar, Distribuir, Comercializar.

V. PROCESO METODOLÓGICO

Esta encuesta parte de un enfoque cuantitativo, se fundamenta en aspectos observables y verificables que puedan ser comprendidos y constituirse como evidencia para análisis de la información recolectada sobre la fabricación de bebidas alcohólicas que se comercializan legalmente en todo el territorio hondureño.

1. Para la realización de la encuesta se utilizó una plataforma digital que facilito la recopilación y tabulación de datos.
2. Para la identificación de empresas se realizó una búsqueda de campo en zonas que se consideró que tenían mayor número de fábricas.
3. Durante el proceso de levantamiento se realizaron entrevistas de forma presencial a las fábricas de bebidas alcohólicas.

VI. RESULTADOS ENCONTRADOS

Se aplicó la encuesta a 8 Fábricas, identificadas en los departamentos de Copan, Cortes, El Paraíso, Comayagua, Santa Bárbara y Francisco Morazán de las cuales se encontró los siguientes hallazgos:

Gráfico 1: Ubicación por departamento



De acuerdo con los datos recolectados un 25% de las fábricas están ubicadas en el Departamento de El Paraíso, otro 25% en el Departamento de Cortes y el 50% restantes están en ubicadas en los Departamentos de Comayagua, Copan, Santa Barbara y Francisco Morazán. En base a esto podemos identificar que el mayor número de fábricas de bebidas alcohólicas se encuentran en los departamentos de El Paraíso y Cortes.

Tabla 1: Ubicación de Fábricas por Municipio

Tabla 1. Municipios		
Municipio	Respuesta	Porcentaje
Siguetepeque	1	13%
Santa rosa de copan	1	13%
Santa bárbara	1	13%
San pedro sula	2	25%
Jacaleapa	1	13%
Yuscarán	1	13%
Distrito Central	1	13%
Total	8	100%

En cuanto a los 8 municipios donde se ubican las fábricas de bebidas alcohólicas se pudo observar que 2 de las fábricas de bebidas alcohólicas se encuentran en municipio de San Pedro Sula, y las restantes 6 en los municipios de Siguatepeque, Santa Rosa de Copan, Santa Barbara, Jacaleapa, Yuscarán y el Distrito Central. Cabe destacar que todas las fábricas están en el casco urbano de cada Municipio.

Gráfico 2: Constitución de las Fabricas



De las 8 fábricas encuestadas se pudo observar que el 50% corresponde a un solo dueño, el 25% a una corporación y el otro 25% corresponde a socios.

Se identificó que de las 8 fábricas visitadas dos de ellas son fábricas de productos artesanales que son: Hato mayor y Elaboraciones copanecas, en estas antes la mayoría de su producto es comercializado dentro del país. Solamente una de las fábricas menciona que exportan sus productos.

Ninguna de las fábricas contrata menores de edad para ningún tipo de actividad. Ya que mencionan que la ley se los prohíbe.

Ubicación de las Fabricas

De las 8 empresas entrevistadas que equivalen al 100%, ninguna de ellas se encuentra ubicada a más de 100 metros de un centro educativo, iglesia, hospital o biblioteca.

Gráfico 3: Certificación de las Fabricas



Se pudo verificar en el levantamiento de campo que de las 8 fábricas entrevistadas el 63% cuentan con la certificación del IHADFA, y Solo un 37% aun no tienen la certificación, manifestando que desconocían la existencia de la institución y por esa razón no se habían certificado.

Gráfico 4: Empleabilidad por Género



Del total de las fábricas entrevistadas se encontró que los empleados contratados equivalen a que el 9% son mujeres y el 91% hombres.

Así mismo en las 8 fábricas entrevistadas se registró un total de empleados de 3,193 personas. De los cuales se hace una desagregación de contratación por género en la tabla 2 a continuación.

Tabla 2: Porcentaje de Empleabilidad por Género

Fabrica	Total de Empleados	Hombres	Mujeres
Emabisapa vinos haton mayor	4	25%	75%
Elaboraciones copanecas	6	67%	33%
Fábricas de alcoholes licores caldos y guarapos de Occidente	9	100%	0%
La 20 cerveceria	20	50%	50%
Cerveceria hondureña	2938	90%	10%
Destileria cerró azul	21	86%	14%
Destileria el buen gusto	130	60%	40%
Licorera Los Angeles	65	97%	3%
TOTAL	3382	0%	0%

De igual forma del total de empleabilidad de las 8 fábricas, se registra que el 94% son contratados en la modalidad de permanencia y el 6% en la modalidad de contrato.

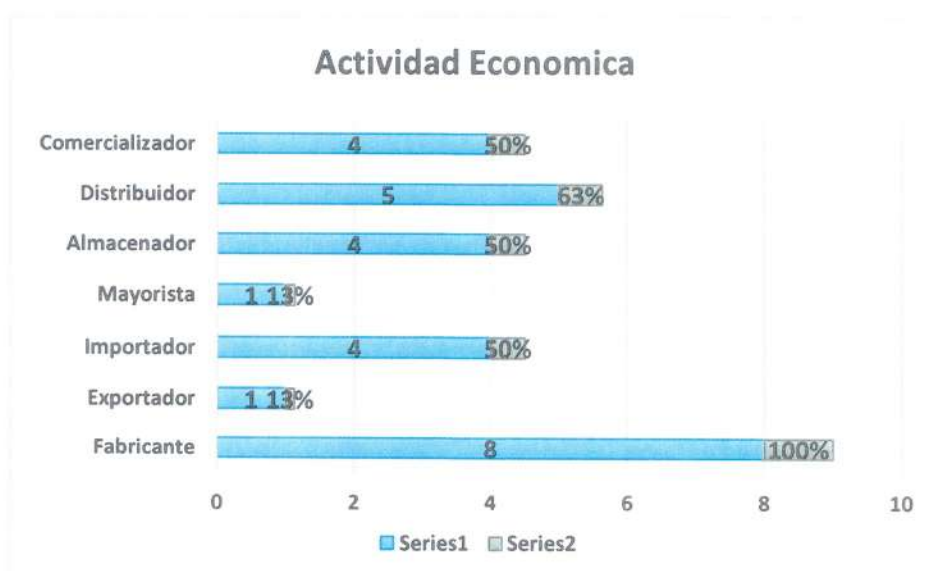
En la tabla 3 se puede ver el porcentaje de empleados contratados en las modalidades de permanentes y por contrato, por fabrica.

Tabla 3: Modalidad de Empleabilidad

Fabrica	Total de Empleados	Temporales	Permanentes
Emabisapa vinos hato mayor	4	50%	50%
Elaboraciones copanecas	6	17%	83%
Fábricas de alcoholes licores caldos y guarapos de Occidente	9	0%	100%
La 20 cervecera	20	0%	100%
Cervecería hondureña	3107	5%	95%
Destilería cerró azul	21	0%	100%
Destilería el buen gusto	150	13%	87%
Licorera Los Ángeles	65	0%	100%
TOTALES	3,382		

En cuanto a los derechos laborales y seguro social el 62% de las empresas brindan estos beneficios a sus empleados, y el 38% no brinda de estos beneficios a su personal.

Gráfico 5: Actividad Económica de las Fabricas



Del total de fábricas entrevistadas se pudo conocer que las mayores actividades que realizan son: Comerciante con un 50% que equivale a 4 fábricas, Distribuidor con un 63% que equivale a 5 fábricas, Fabricante con un 100% que equivale a las 8 fábricas, exportador

con un 13% que equivale a 1 fábrica, importador con un 50% que equivale a 4 fábricas, almacenador con un 50% y Mayorista con un 13% que equivale a 1 fábrica.

Gráfico 6: Productos Fabricados



Se observó que, de las 8 fábricas entrevistadas, 4 de ellas se dedican a la fabricación de aguardiente de allí las demás se dedican: 1 a la fabricación de cerveza, 1 a fabricar cerveza artesanal, 1 se dedica a fabricación y la última a la fabricación de vino artesanal. Siendo así la mayoría quienes fabrican aguardiente.

Producción mensual de Bebidas Alcohólicas

A continuación, se presenta el dato en donde se refleja la producción mensual en litros de bebidas alcohólicas que se están produciendo en las 8 fábricas entrevistadas.

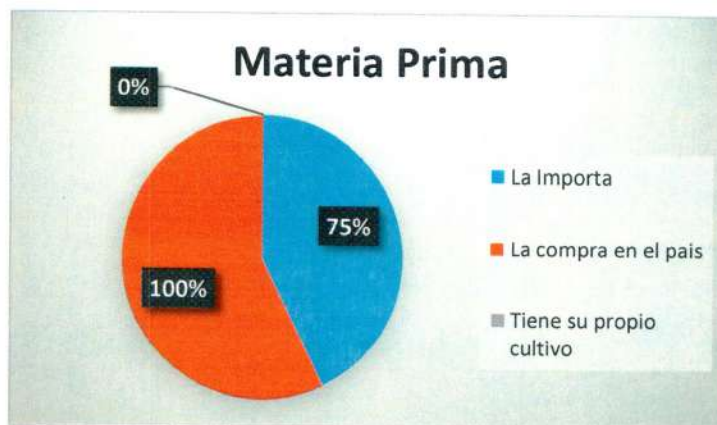
Tabla 4: Cantidad de Bebidas Alcohólicas Producida por Mes

Fabrica	Cantidad Producida por Mes	Unidad de Medida
Emabisapa vinos haton mayor	150	Litros
Elaboraciones copanecas	5,000	Litros
Fábricas de alcoholes, licores caldos y guarapos de Occidente	10,000	Litros
La 20 cerveceria	17,000	Litros
Cerveceria hondureña	17,500.000	Litros
Destilería cerró azul	10,000	Litros
Destilería el buen gusto	350,000	Litros

Licorera Los Ángeles	500,000	Litros
TOTAL:	18,392.150	Litros

Se pudo confirmar que la cantidad de bebidas alcohólicas producidas en el país por estas 8 fábricas es de 18,392.150 litros al mes. En cuanto al valor de las ganancias en las 8 fábricas, mencionaron que no estaban autorizados para brindar este dato.

Gráfico 8: Materia Prima



Se observa que el 100% de las fábricas, adquieren dentro del país la materia prima que utilizan comprándole a productores locales. Y un 75% de las fábricas importan la materia prima para elaborar sus productos, pero también se observó que ninguna de las fábricas cultiva su propia materia prima.

Ventas

Se logra observar que el 100% de las fábricas comercializan sus productos en el mercado local y nacional y de las 8 fábricas solo 1 es la que vende en el mercado internacional.

En cuanto al número de clientes que tienen las fábricas la mayor cantidad ronda en una escala de 11 a 50 clientes que equivale a 5 empresas que venden en esa escala.

En la escala de clientes de 51 a 100 solo hay una empresa y en la escala de más de 100 igualmente solo hay una empresa.

En relación con la comparación de las ventas actuales con las del año pasado, el 25% menciona que aumentaron, el 50% dijo que las ventas se han mantenido y el 25% menciona que han disminuido.

En cuanto a la presentación de venta de los productos cada empresa tiene su propia presentación entre las cuales se pueden mencionar algunas como: Botella de 750 ML., Botella de 350 ML., Botella de 500 ML., 350 ML., Botella de 12 oz., Lata de 12oz., Botella plástica de litro, medio litro y de 1 octavo.

Acceso a Crédito

Ninguna de las fábricas ha tenido la necesidad de solicitar préstamo para la producción de sus productos.

Asistencia y Capacitaciones

En cuanto al tema de las capacitaciones y charlas solo una de las fábricas ha recibido capacitaciones en temas como: prevención de drogas, consecuencias del tabaco y consecuencias del alcohol. De brindarse estas capacitaciones por parte del IHADFA, el personal de las fábricas entrevistadas recomienda que estas sean en jornadas cortas ya que, el personal no puede detener sus labores, ya que, su salario depende según la producción realizada. Además, estas charlas tendrían que impartirse en los puestos de trabajo de los empleados para que la producción no se detenga.

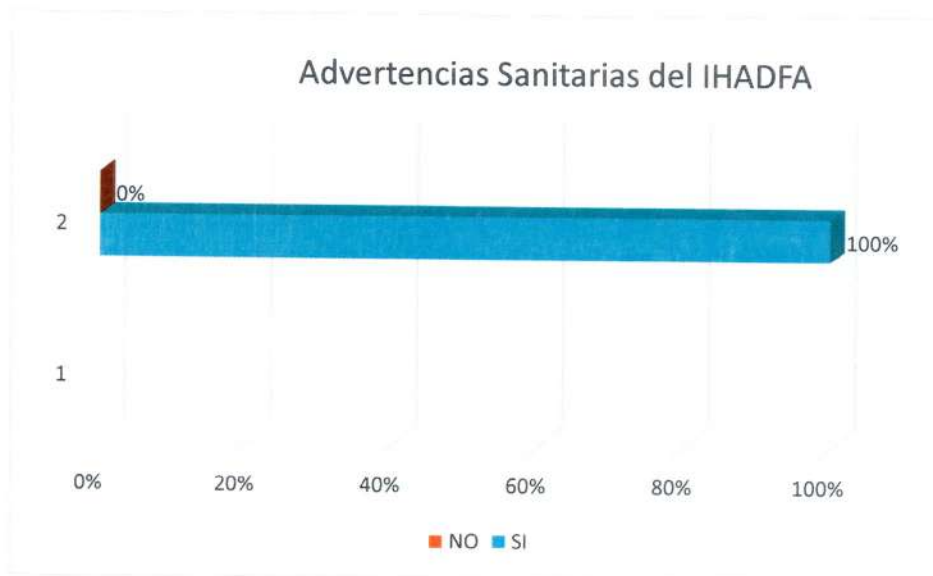
Los temas en los cuales mostraron mayor interés se detallan en la siguiente tabla:

Tabla 6: Temas de Capacitación

Tema	Porcentaje
Prevención de drogas	25%
Alcohol y Drogadicción	75%
Consecuencias del Tabaco	13%
Consecuencias del alcohol	75%
Prevención del consumo de drogas lícitas e ilícitas	25%
Prevención de drogas a temprana y valores	50%
Ley especial para el control del tabaco	13%
Autoestima y valores en adolescentes	0%

De las 8 fabricas entrevistadas solo 1 no esta interesada en que se le brinden charlas o capacitaciones. Y los temas que mas les interesan para charlas o capacitaciones seria, alcohol y drogadiccion y consecuencias del alcohol.

Gráfico 9: Advertencias Sanitarias



Se logro identificar que el 100% de las fábricas si están usando las advertencias sanitarias del IHADFA en sus empaques.

Gráfico 10: Promoción de Productos



En cuanto a la promoción de los productos solo 63% de las empresas lo hace y el 37% no practica esta forma de promocionar sus productos. Y la forma más común de promocionar es por las redes sociales (5 de las 8 fábricas usan esta forma de promoción que equivale al 80% de las fábricas). Un 40% lo hace por televisión que equivale a 2 fábricas, por auto parlante 1 empresa realiza su promoción y al igual 1 por medios escritos y por radio hacen la promoción un 40% de las empresas.

Gráfico 11: Promoción Contra de las Bebidas alcohólicas



En este grafico podemos apreciar sobre la consulta: si han visto por algún medio, algún tipo de promoción en contra de las bebidas alcohólicas, del cual, el 50% menciono no haber visto nunca alguna promoción.

El 50% menciono que, si ha visto promoción en contra de las bebidas alcohólicas y que los medios, por el cual vieron la promoción fue el siguiente: Televisión y Redes sociales.

En cuanto al apoyo de las empresas en actividades del IHADFA solo 1 de las empresas no estaría en la disposición de apoyar a la institución y los 7 restantes si estarán en toda la disposición de apoyar, mencionando que siempre con lo que esté al alcance de ellas.