



## CAPÍTULO IV

### 4. ANÁLISIS Y RESULTADOS

#### 4.1 INTRODUCCIÓN

En el presente capítulo se hará un análisis de los resultados obtenidos en la investigación. La presentación de los resultados se hará de acuerdo al formato que se siguió en el instrumento de recolección de datos, es decir, en la encuesta aplicada a los productores de ladrillo de la junta auxiliar de San Matías Cocoyotla, Cholula. En primer lugar, se darán a conocer los datos demográficos correspondientes de la población productora de ladrillo de esta localidad. En segundo lugar, se analizará el nivel de ventas del último año aproximado de los productores de ladrillo. En tercer lugar, se identificarán a sus competidores directos, diferencias y la rivalidad existente entre ellos, principales clientes y canales de distribución; además de conocer si han recibido apoyos para desarrollarse o si requieren de capacitación o asistencias técnicas. Finalmente, se analizarán las respuestas correspondientes a la disposición que ellos tienen para cambiar técnicas de producción, asociarse e implementar un plan de desarrollo que les ayude a disminuir costos y aumentar utilidades, todo esto con el fin de definir cual es la estrategia o solución adecuada para su desarrollo.



## 4.2 DATOS DEMOGRÁFICOS

### Edad

En este rubro se analizó que, en primer lugar, la mayoría de las personas que producen ladrillo tienen una edad de entre 41 y 50 años, en segundo lugar, los que tienen una edad de entre 31 y 40 años, y en tercero, las personas con una edad de entre 51 y 60 años; esto quiere decir que estas tres partes forman la gran mayoría y se puede constatar que son personas relativamente jóvenes ya que se 6 personas tienen 71 años o más. Gracias a la oportunidad que se tuvo de entablar conversación con los microproductores, se pudo notar que la mayoría de los que hoy en día fabrican ladrillo, han construido ellos mismos sus hornos, en cambio, hay quienes han heredado los hornos de sus padres o abuelos.

**Tabla 4.1**

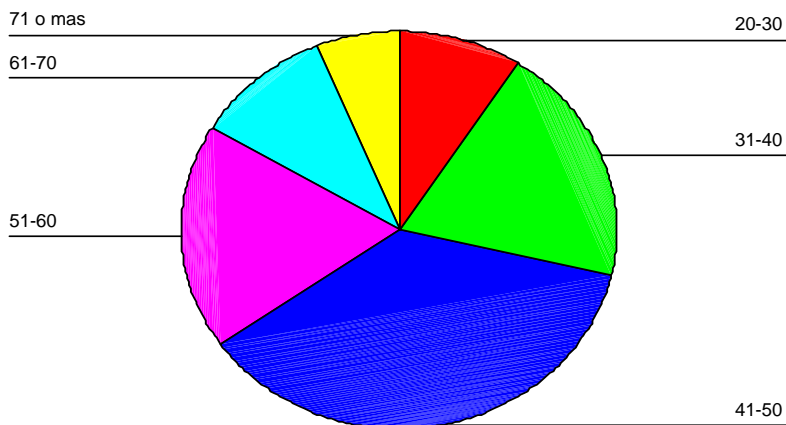
#### EDAD

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20-30	9	9.2	9.2	9.2
	31-40	19	19.4	19.4	28.6
	41-50	36	36.7	36.7	65.3
	51-60	18	18.4	18.4	83.7
	61-70	10	10.2	10.2	93.9
	71 o mas	6	6.1	6.1	100.0
	Total	98	100.0	100.0	



**Figura 4.1**

**EDAD**



Fuente: Elaboración propia.

**Año de inicio**

Esta sección revela que la mayoría de los ladrilleros construyeron su horno entre 1981 y el año 2000, esto es, 72 de 98 personas. Se puede considerar que son hornos jóvenes ya que, en comparación con otras fechas como de los años 20`s a los 60`s, haciendo referencia a 8 de 98 personas, eran muy pocos hornos los que había, por lo tanto en esos años si era negocio hacer ladrillo y, en estos tiempos hay tantos hornos operando que la competencia se ha incrementado, pues todos fabrican lo mismo.



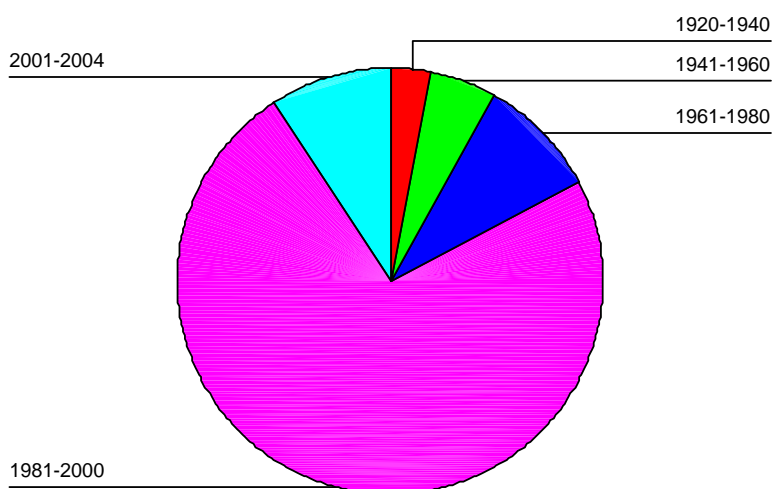
**Tabla 4.2**

**AÑO DE INICIO**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1920-1940	3	3.1	3.1	3.1
1941-1960	5	5.1	5.1	8.2
1961-1980	9	9.2	9.2	17.3
1981-2000	72	73.5	73.5	90.8
2001-2004	9	9.2	9.2	100.0
Total	98	100.0	100.0	

**Figura 4.2**

**AÑO DE INICIO**



Fuente: Elaboración propia.

**Ventas aproximadas**

En este caso, un 30 personas de 98 vende menos de \$100,000 por el contrario un 19 de 98 personas tiene ventas mayores a \$210,000. Por otro lado, el resto, es decir 49 de 98 personas varían sus ventas de entre \$100,000 y \$200,000. Estos datos no fueron fáciles de obtener, pues los entrevistados estaban



renuentes en proporcionar directamente la cifra en ventas, por lo tanto se optó por preguntar la cantidad de millares de ladrillo que horneaban al año, además de preguntar el precio por millar, el cual era de \$550, \$600 y \$650, según la época del año en que estén, ya que en temporada de lluvias, suelen incrementar el precio. Por lo tanto el precio variaba entre \$50 y \$100, no más. Con esto se hizo el cálculo y fue entonces que se logro evaluar las ventas.

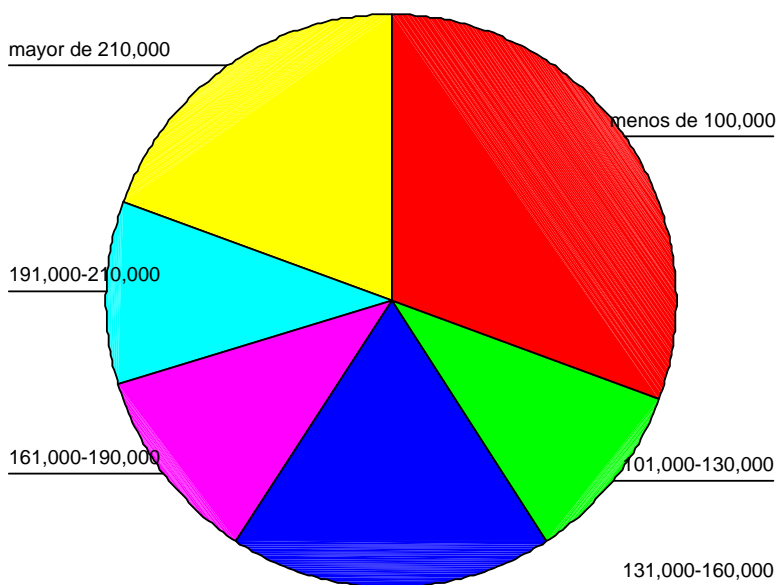
**Tabla 4.3**

**VENTAS APROXIMADAS**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid menos de 100,000	30	30.6	30.6	30.6
101,000-130,000	10	10.2	10.2	40.8
131,000-160,000	18	18.4	18.4	59.2
161,000-190,000	11	11.2	11.2	70.4
191,000-210,000	10	10.2	10.2	80.6
mayor de 210,000	19	19.4	19.4	100.0
Total	98	100.0	100.0	

**Figura 4.3**

**VENTAS APROXIMADAS**



Fuente: Elaboración propia.



### 4.3 SITUACIÓN COMPETITIVA

#### Competidores directos

En esta cuestión se presentó en su totalidad que los competidores directos son pequeños microproductores, es decir, los vecinos que también tienen hornos ladrilleros. Es por eso que la rivalidad entre ellos es muy reñida.

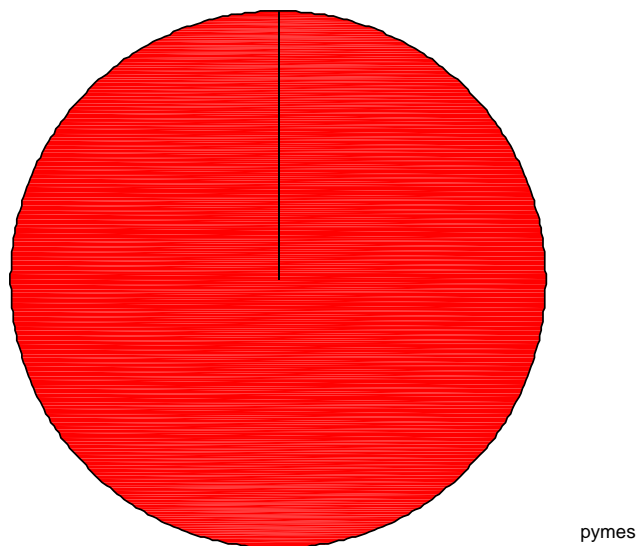
**Tabla 4.4**

#### COMPETIDORES DIRECTOS

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid pymes	98	100.0	100.0	100.0

**Figura 4.4**

#### COMPETIDORES DIRECTOS



Fuente: Elaboración propia.



## Principales clientes

En esta parte del análisis no hay mucho que decir, pues el 100% de los clientes son personas individuales, son personas que están construyendo su casa, por lo tanto requiere de poco ladrillo. No hay empresas de ninguna índole que compren ladrillo, ya que las grandes empresas prefieren trabajar con block por ser más barato, además de que es más rápido construir con éste.

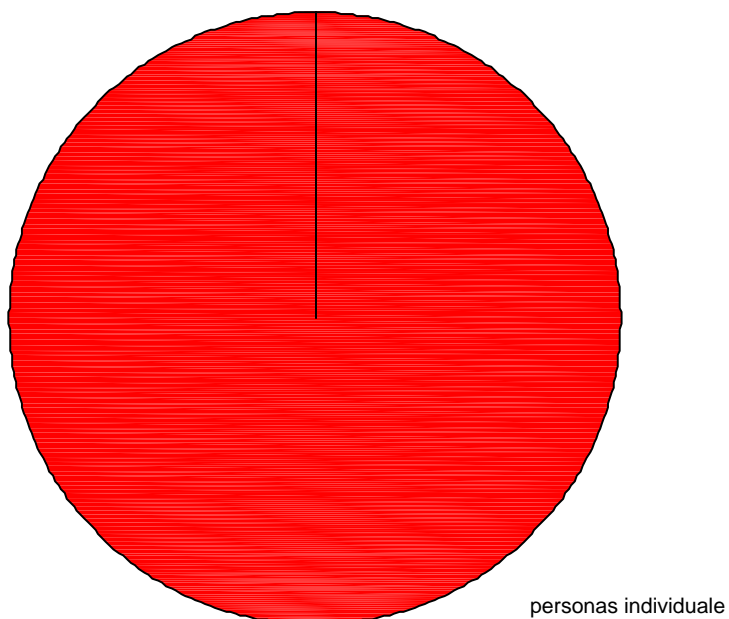
**Tabla 4.5**

### PRINCIPALES CLIENTES

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid personas individuales	98	100.0	100.0	100.0

**Figura 4.5**

### PRINCIPALES CLIENTES



Fuente: Elaboración propia.



## Canales de distribución

Al recolectar los datos, se tuvo una confusión al creer que los minoristas eran los consumidores finales, es por esto, que en la siguiente gráfica, se les hace llamar de esta manera. En su totalidad, el canal de distribución es el consumidor final, ya que esto fue lo que los 98 encuestados contestaron.

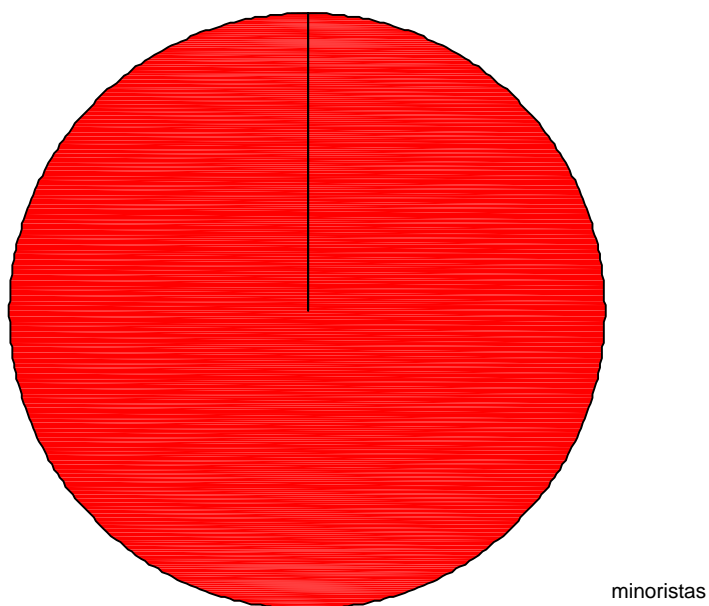
**Tabla 4.6**

**CANALES DE DISTRIBUCIÓN**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid minoristas	98	100.0	100.0	100.0

**Figura 4.6**

**CANALES DE DISTRIBUCIÓN**



Fuente: Elaboración propia.





### Canal similar al de su competencia

En este caso la gran mayoría tiene un mismo canal de distribución, esto corresponde a 95 personas. Los consumidores finales se encargan de todo lo relacionado con la compra y flete del producto, a excepción de 3 productores que se encargan del flete, ya que cuentan con camiones para ello.

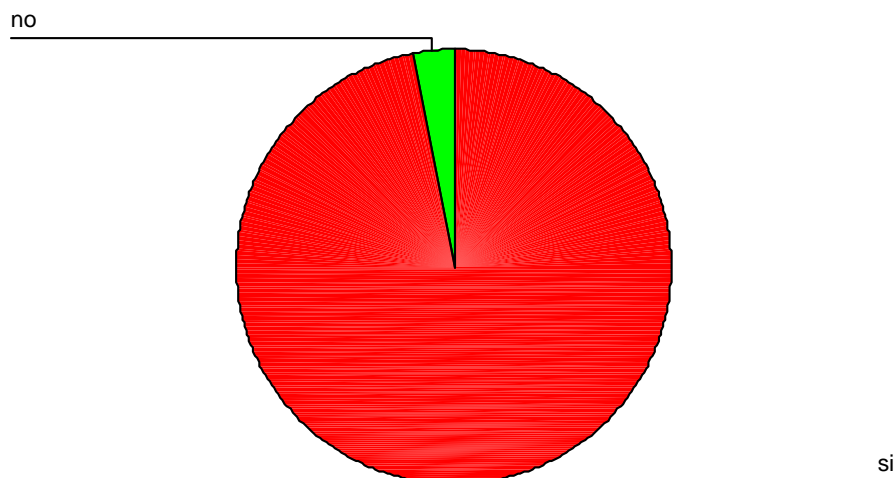
**Tabla 4.7**

**CANAL SIMILAR AL DE SU COMPETENCIA**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid si	95	96.9	96.9	96.9
no	3	3.1	3.1	100.0
Total	98	100.0	100.0	

**Figura 4.7**

**CANAL SIMILAR AL DE SU  
COMPETENCIA**



Fuente: Elaboración propia.



### Comparación de la empresa en cuanto a competitividad de precios

El precio que los ladrilleros establecen en su producto es 99% similar al de sus competidores, esto es, que en temporadas de sequía (la más conveniente para hacer ladrillo) corresponde a \$600.00 en toda la región. Pocos productores dan el ladrillo más caro, y esto es porque están dados de alta en la SHCP o porque al hacer los cortes del ladrillo, lo hacen con más cuidado y calidad. En esta investigación solo se encontró una persona que vende el ladrillo a un precio mayor.

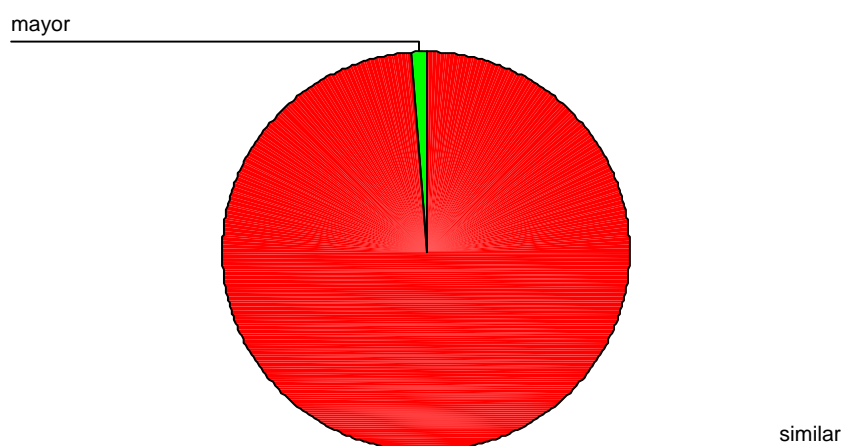
**Tabla 4.8**

**COMPARACIÓN DE LA EMPRESA EN CUANTO A COMPETITIVIDAD DE PRECIOS**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	similar	97	99.0	99.0	99.0
	mayor	1	1.0	1.0	100.0
	Total	98	100.0	100.0	

**Figura 4.8**

**COMPARACIÓN DE LA EMPRESA EN CUANTO A COMPETITIVIDAD DE PRECIOS**



Fuente: Elaboración propia.



### Comparación de la empresa en cuanto a la calidad

El 98% de los ladrilleros tiene una calidad similar entre los mismos, el 2% restante tienen un poco de mejor calidad no en cuanto a materia prima, sino en la manera de hacerlo, ya que este ladrillo es de tipo rústico, por lo tanto se hace todo manual, desde hacer la mezcla de arenas con los pies, hasta formar el tabique con moldes. Así que esta minoría hace su ladrillo más cuidadosamente que los demás, dando como resultado un ladrillo mejor hecho.

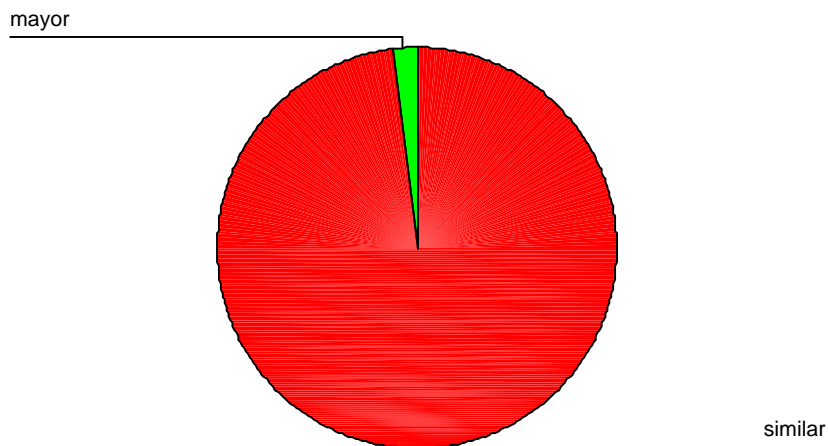
**Tabla 4.9**

**COMPARACIÓN DE LA EMPRESA EN CUANTO A CALIDAD**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid similar	96	98.0	98.0	98.0
mayor	2	2.0	2.0	100.0
Total	98	100.0	100.0	

**Figura 4.9**

**COMPARACIÓN DE LA EMPRESA  
EN CUANTO A CALIDAD**



Fuente: Elaboración Propia.



### Comparación de la empresa en cuanto al servicio de entrega

El 99% de los microproductores de ladrillo tienen el mismo servicio de entrega, si se le puede llamar así, pues como se ha mencionado los clientes son personas individuales y ellos mismos se encargan de hacerse llegar la mercancía que compran. Sólo uno de los ladrilleros hace entrega de mercancía, gracias a que cuenta con camión de volteo o camioneta.

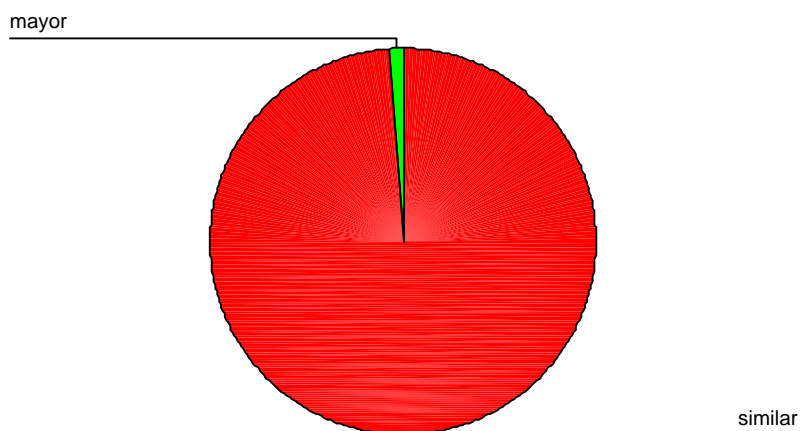
**Tabla 4.10**

**COMPARACIÓN DE LA EMPRESA EN CUANTO AL SERVICIO DE ENTREGA.**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid similar	97	99.0	99.0	99.0
mayor	1	1.0	1.0	100.0
Total	98	100.0	100.0	

**Figura 4.10**

**COMPARACIÓN DE LA EMPRESA EN CUANTO AL SERVICIO DE ENTREGA**



Fuente: Elaboración propia.



### Comparación de la empresa en cuanto a la promoción y publicidad

En este caso el 100% de los ladrilleros no tiene promoción ni publicidad, venden tan poco que es imposible que les alcance para tener publicidad. La poca publicidad que podrían tener es la que entre ellos mismos se hacen con sus clientes

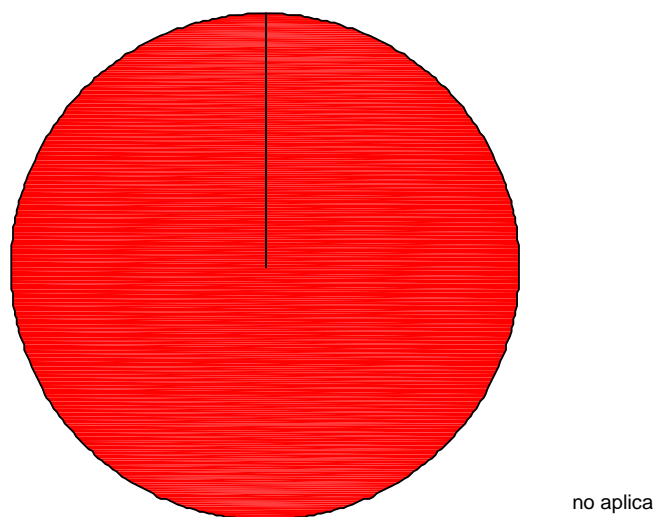
**Tabla 4.11**

**COMPARACIÓN DE LA EMPRESA EN CUANTO A LA PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid no aplica	98	100.0	100.0	100.0

**Figura 4.11**

**COMPARACIÓN DE LA EMPRESA EN CUANTO A LA PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD**



Fuente: Elaboración propia.



### Intensidad de la competencia

La intensidad de la competencia es muy alta, el 100% de los microproductores así lo consideró, pues la mayoría de las familia en San Matías Cocoyotla, se dedican a producir ladrillo, por lo tanto la rivalidad entre ellos es muy alta.

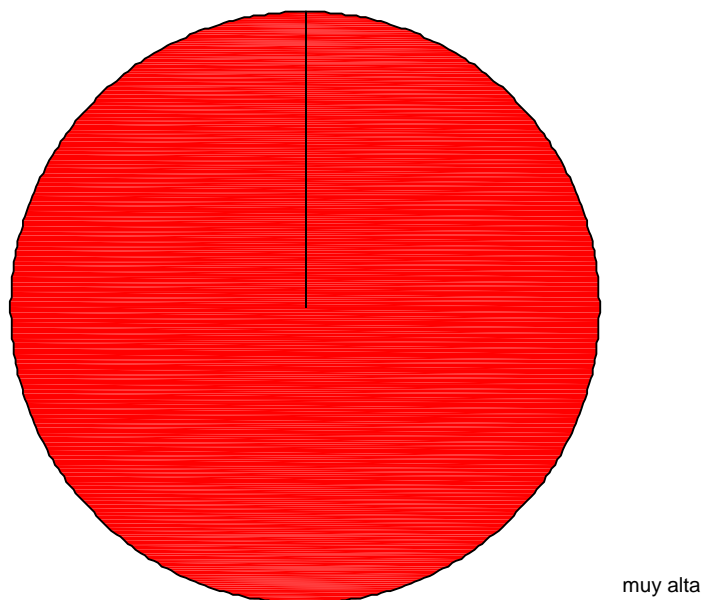
**Tabla 4.12**

#### INTENSIDAD DE LA COMPETENCIA

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid muy alta	98	100.0	100.0	100.0

**Figura 4.12**

#### INTENSIDAD DE LA COMPETENCIA



Fuente: Elaboración propia.



#### 4.4 NECESIDADES Y APOYO

##### Instalaciones adecuadas para la fabricación del ladrillo

Las instalaciones con las que cuentan la mayoría de los productores ladrilleros no son las adecuadas, 87 de 98 encuestados lo afirmaron y 11 dicen que cuentan con todo lo necesario para la fabricación del ladrillo.

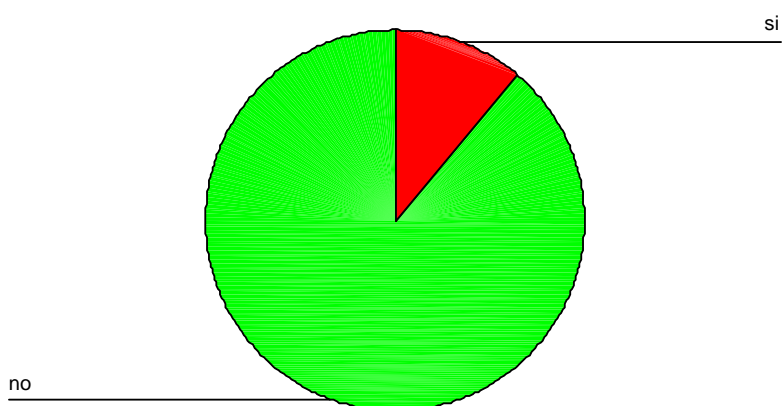
**Tabla 4.13**

**INSTALACIONES ADECUADAS PARA LA FABRICACIÓN DEL LADRILLO**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid si	11	11.2	11.2	11.2
no	87	88.8	88.8	100.0
Total	98	100.0	100.0	

**Figura 4.13**

**INSTALACIONES ADECUADAS PARA  
LA FABRICACIÓN DEL LADRILLO**



Fuente: Elaboración propia.



### ¿Por qué no cuentan con las instalaciones adecuadas?

Todos los ladrilleros se quejaron de la falta de petróleo, ellos creen que su principal problema es que PEMEX les vende el petróleo muy caro y que además de eso, les vende desperdicio de petróleo, por consiguiente no les rinde lo suficiente para hornear adecuadamente su tabique.

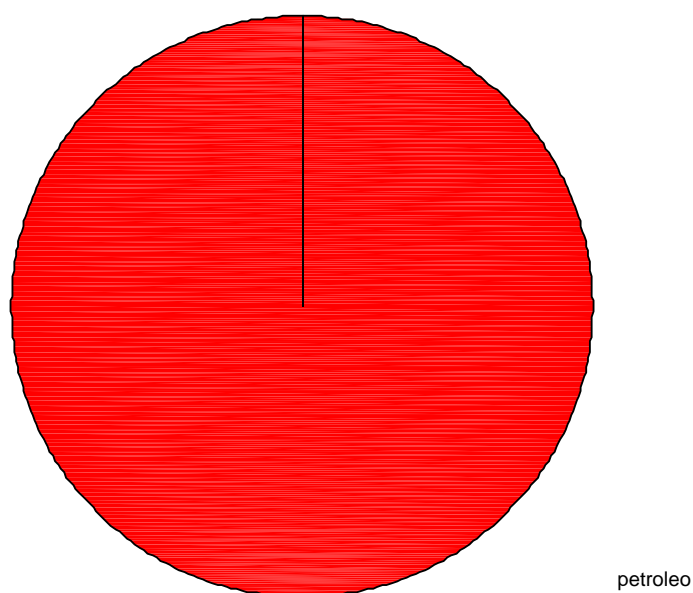
**Tabla 4.14**

¿POR QUÉ?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid petroleo	98	100.0	100.0	100.0

**Figura 4.14**

¿POR QUÉ?



Fuente: Elaboración propia.





### Áreas en las que necesitan capacitación

Con este estudio, se pudo observar que 81 ladrilleros creen no necesitar capacitación, solo 16 aceptó necesitar capacitación en administración y uno en producción. La gran mayoría son personas con una baja educación formal y no ven la importancia y beneficios que las capacitaciones les pueden dar.

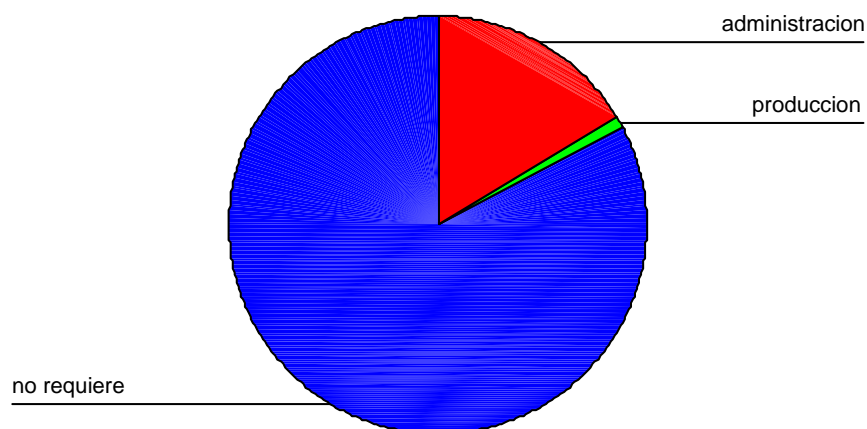
**Tabla 4.15**

**ÁREAS EN LAS QUE NECESITAN CAPACITACIÓN**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid administracion	16	16.3	16.3	16.3
produccion	1	1.0	1.0	17.3
no requiere	81	82.7	82.7	100.0
Total	98	100.0	100.0	

**Figura 4.15**

**ÁREAS EN LAS QUE NECESITAN CAPACITACIÓN**



Fuente: Elaboración propia.



### Áreas en las que necesitan asistencia técnica

En este caso ocurre lo mismo que con la capacitación, pues 70 productores ladrilleros declaran no necesitar asistencia; los 28 restante aceptan necesitarla en producción y control, y en administración. Se justifican diciendo que ellos tienen años haciendo su ladrillo con ese método, y por lo tanto no necesitan asistencia ni capacitación, y que no lo van a cambiar porque “ellos ya saben hacerlo todo”.

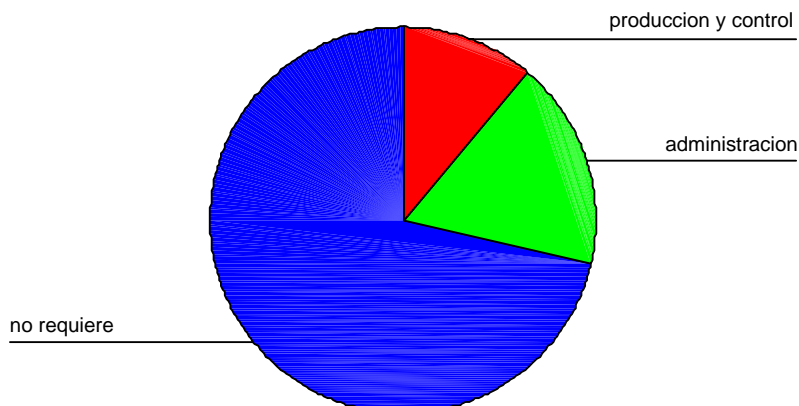
**Tabla 4.16**

#### ÁREAS EN LAS QUE NECESITAN ASISTENCIA TÉCNICA

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid produccion y control de calidad	11	11.2	11.2	11.2
administracion	17	17.3	17.3	28.6
no requiere	70	71.4	71.4	100.0
Total	98	100.0	100.0	

**Figura 4.16**

#### ÁREAS EN LAS QUE NECESITEN ASISTENCIA TÉCNICA



Fuente: Elaboración propia.



## Estándar de calidad

El 99% de los ladrilleros dicen tener un estándar de calidad competitivo pues todos lo hacen igual, en cambio el 1% que resta no lo considera así, ya que consideran hacer de mejor calidad el ladrillo que los otros.

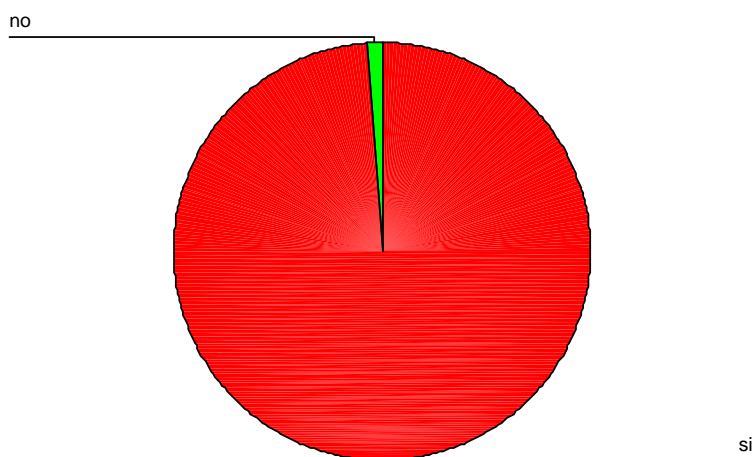
**Tabla 4.17**

### ESTANDAR DE CALIDAD

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid si	97	99.0	99.0	99.0
no	1	1.0	1.0	100.0
Total	98	100.0	100.0	

**Figura 4.17**

### ESTANDAR DE CALIDAD



Fuente: Elaboración propia.



### ¿Por qué si? o ¿por qué no tiene su producto un estándar de calidad competitivo?

Sólo hubo dos variables en la respuesta de esta pregunta. El 98% dijo que todos lo hacen igual y que por esa razón el nivel de competencia y rivalidad era el mismo entre todos y sólo el 2% dijo que contaba con una calidad mayor que la de su competencia.

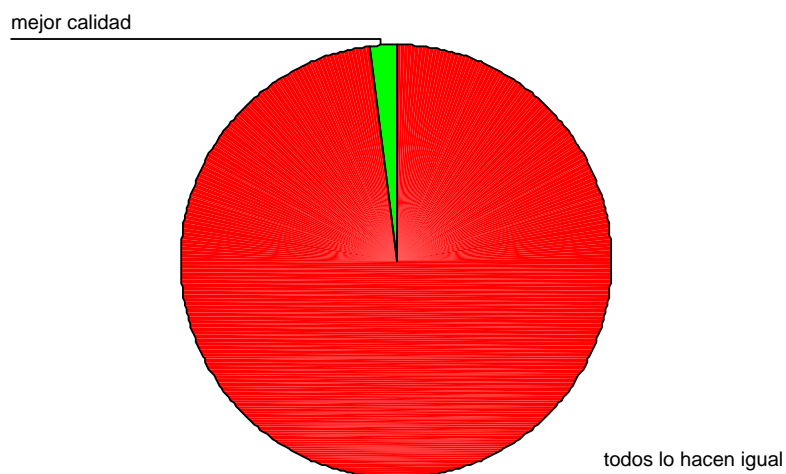
**Tabla 4.18**

**¿POR QUÉ?**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid todos lo hacen igual	96	98.0	98.0	98.0
mejor calidad	2	2.0	2.0	100.0
Total	98	100.0	100.0	

**Figura 4.18**

**¿POR QUÉ?**



Fuente:Elaboración propia.



### Precio del ladrillo adecuado al esfuerzo invertido

El total de los encuestados afirmaron que el precio no es justo en comparación con el esfuerzo invertido, dicen que es mucho el trabajo, para que a la hora de vender se tenga que abaratar tanto el producto. Cuentan que se trabaja casi todo el día, además de que todo el trabajo es manual y no todos los días se vende. Por otro lado, otro de sus adversarios es el clima, pues en temporada de lluvias no pueden trabajar ya que se trabaja en el suelo al aire libre con diferentes tipos de arena.

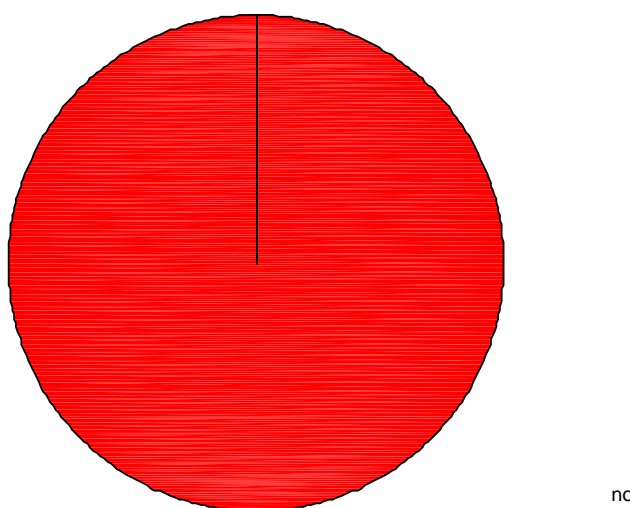
**Tabla 4.19**

**PRECIO DEL LADRILLO ADECUADO AL ESFUERZO INVERTIDO**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid no	98	100.0	100.0	100.0

**Figura 4.19**

**PRECIO DEL LADRILLO ADECUADO  
AL ESFUERZO INVERTIDO**



Fuente: Elaboración propia.



**¿Por qué no, es el precio del ladrillo el adecuado, de acuerdo al esfuerzo invertido?**

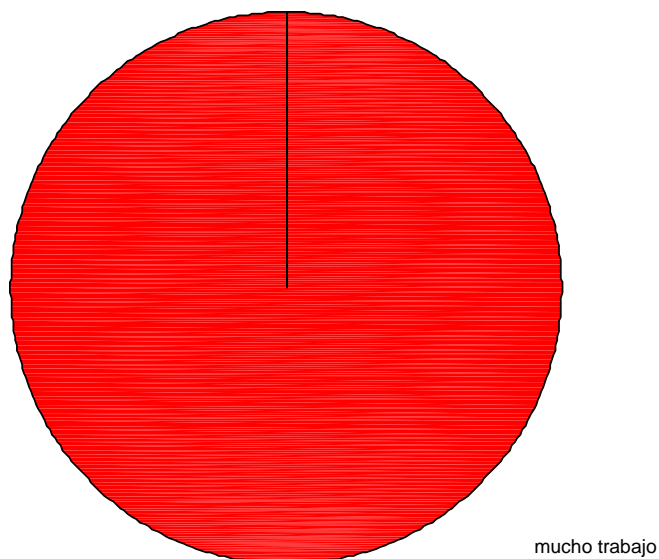
**Tabla 4.20**

**¿POR QUÉ?**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid mucho trabajo	98	100.0	100.0	100.0

**Figura 4.20**

**¿POR QUÉ?**



Fuente: Elaboración propia



## Cambiar técnicas de producción para minimizar costos y maximizar utilidades

61 de los 98 encuestados si cambiarían sus técnicas de producción, en cambio los 37 restantes no. Se evaluaron estadísticamente las razones por las que harían un cambio, y resultó que el 52% si cambiaría las técnicas con el fin de vender más, en cambio, un 36.7% no lo cambiaría pues se le quitaría lo rústico y a la gente eso es lo que le gusta. El otro 11.2% tampoco lo cambiaría ya que cuentan que se han hecho pruebas con anterioridad y la materia prima es más cara y otra es que no funciona.

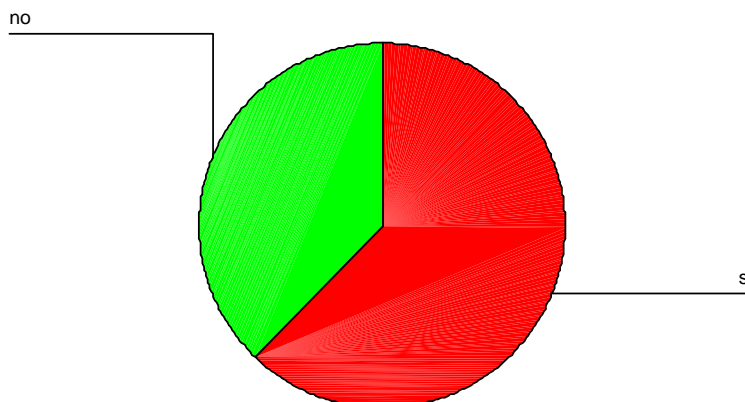
**Tabla 4.21**

### CAMBIAR TÉCNICAS DE PRODUCCIÓN PARA MINIMIZAR COSTOS Y MAXIMIZAR UTILIDADES

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid si	61	62.2	62.2	62.2
no	37	37.8	37.8	100.0
Total	98	100.0	100.0	

**Figura 4.21**

### CAMBIAR TÉCNICAS DE PRODUCCIÓN PARA MINIMIZAR COSTOS Y MAXIMIZAR UTILIDADES



Fuente: Elaboración propia.



¿Por qué si? o ¿por qué no, cambiaría sus técnicas de producción?

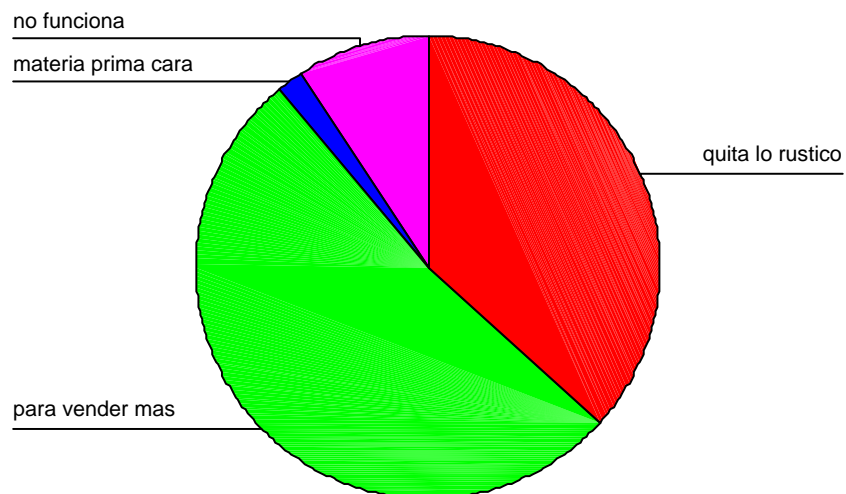
Tabla 4.22

¿POR QUÉ?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid quita lo rustico	36	36.7	36.7	36.7
para vender mas	51	52.0	52.0	88.8
materia prima cara	2	2.0	2.0	90.8
no funciona	9	9.2	9.2	100.0
Total	98	100.0	100.0	

Figura 4.22

¿POR QUÉ?



Fuente: Elaboración propia.





### Dado de alta en SHCP

La mayoría de las personas declaran no estar dados de alta en Hacienda, de hecho 81 de 98 encuestados no lo están y los otros 17 sí. De esos 81 el 44 contestaron que no lo creen necesario, 14 no conocen las ventajas, 17 no contestó y 23 dijeron que la SHCP sólo abusaba de ellos, pues aunque no vendieran su producto, ellos de todos modos tenían que pagarle a la SHCP y no les alcanzaba para volver a producir y mucho menos para mantener a sus familias.

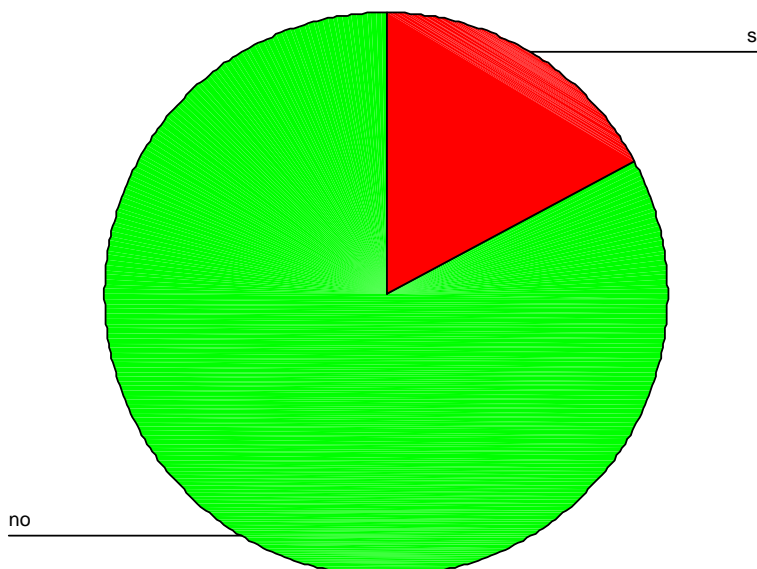
**Tabla 4.23**

**DADOS DE ALTA EN SHCP**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid si	17	17.3	17.3	17.3
no	81	82.7	82.7	100.0
Total	98	100.0	100.0	

**Figura 4.23**

**DADOS DE ALTA EN SHCP**



Fuente: Elaboración propia.



## Razón por las que desconocen leyes y reglamentos

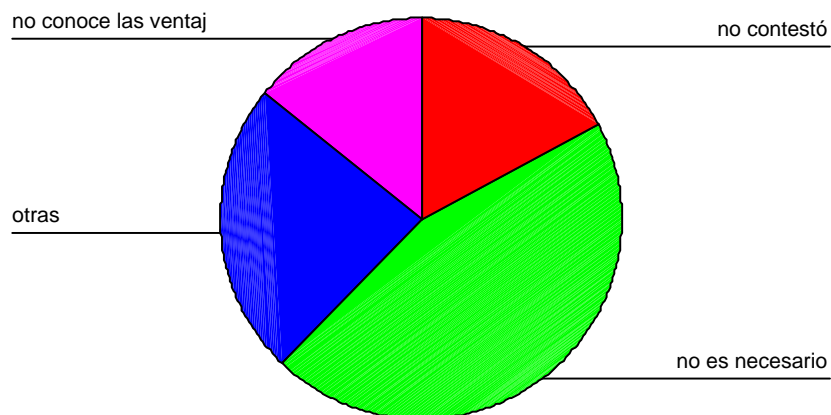
Tabla 4.24

### RAZÓN POR LAS QUE DESCONOCEN LEYES Y REGLAMENTOS

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid no contesto	17	17.3	17.3	17.3
no es necesario	44	44.9	44.9	62.2
otras	23	23.5	23.5	85.7
no conoce las ventaja	14	14.3	14.3	100.0
Total	98	100.0	100.0	

Figura 4.24

### RAZÓN POR LAS QUE DESCONOCEN LEYES Y REGLAMENTOS



Fuente: Elaboración propia.



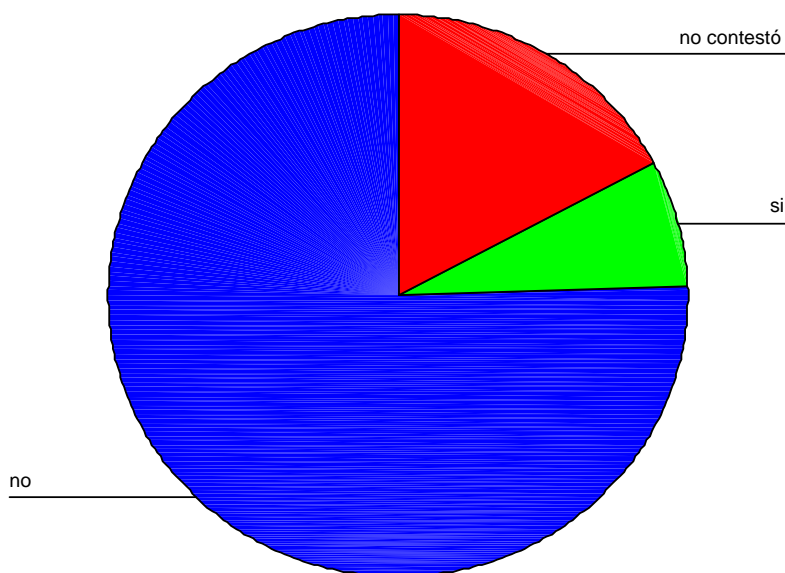
### Dispuestos a pagar impuestos

En la siguiente gráfica, se presenta si los dueños de las ladrilleras están dispuestos a someterse al pago de impuestos, con tal de tener un mayor número de clientes, a lo cual 74 de ellos respondieron que no y 7 que sí. Los otros 17 no contestaron la pregunta, porque ellos sí están pagando impuestos.

**Tabla 4.25**  
**DISPUESTO A PAGAR IMPUESTOS**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid no contesto	17	17.3	17.3	17.3
si	7	7.1	7.1	24.5
no	74	75.5	75.5	100.0
Total	98	100.0	100.0	

**Figura 4.25**  
**DISPUESTO A PAGAR IMPUESTOS**



Fuente: Elaboración propia.



### ¿Por qué sí? o ¿por qué no, estaría dispuesto a pagar impuestos?

Hubo varias razones por las cuales los ladrilleros estarían o no estarían dispuestos a someterse al pago de impuestos. En esta gráfica se presentan los distintos motivos. 63 personas contestaron que no les conviene pagarlo, 11 dijeron que por abuso de la SHCP no estaban dispuestos al pago de impuestos y sólo 7 estuvieron de acuerdo a pagar impuestos para ganar más dinero. Los otros 17 no contestaron la pregunta.

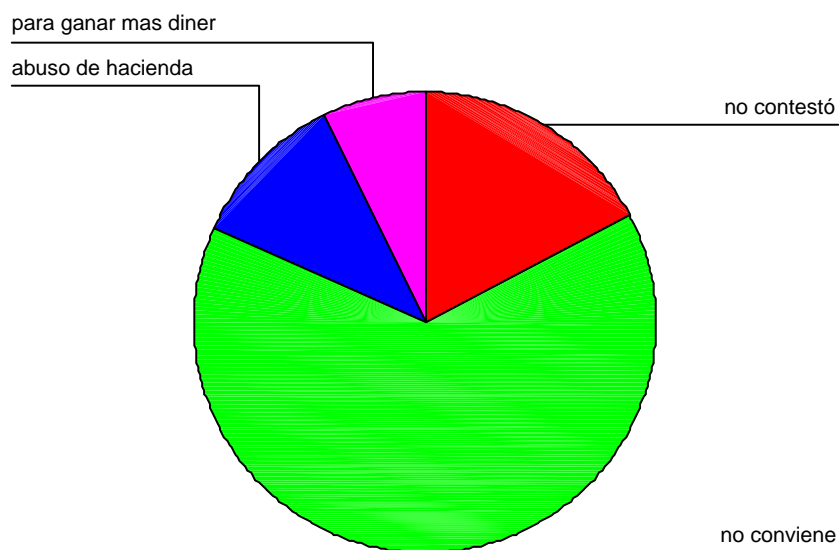
**Tabla 4.26**

**¿POR QUÉ?**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid no contestó	17	17.3	17.3	17.3
no conviene	63	64.3	64.3	81.6
abuso de hacienda	11	11.2	11.2	92.9
para ganar mas dinero	7	7.1	7.1	100.0
Total	98	100.0	100.0	

**Figura 4.26**

**¿POR QUÉ?**



Fuente: Elaboración propia.



### Apoyo para desarrollar el negocio

En la pregunta referente a sí se les ha proporcionado algún tipo de ayuda en el tiempo que llevan trabajando el horno, la gran mayoría contestó que no, de hecho el 98% dijo que no y tan sólo el 2% ha recibido algún tipo de ayuda. Este resultado refleja que en esta localidad ha carecido de programas de desarrollo.

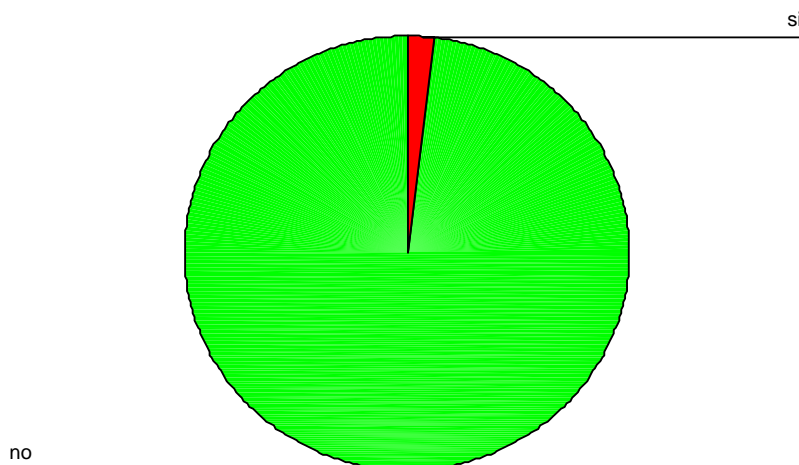
**Tabla 4.27**

#### APOYO PARA DESARROLLAR EL NEGOCIO

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid si	2	2.0	2.0	2.0
no	96	98.0	98.0	100.0
Total	98	100.0	100.0	

**Figura 4.27**

#### APOYO PARA DESARROLLAR EL NEGOCIO



Fuente: Elaboración propia.



### ¿En qué consistió la ayuda?

La ayuda que les fue proporcionada a las dos personas que sí recibieron ayuda fue: dinero para comprar maquinaria y en desarrollar una nueva técnica con gas para la cocción del ladrillo, el otro 98% no contestó la pregunta porque ellos no han recibido ninguna ayuda.

Cabe mencionar que esta técnica fue desechada ya que el resultado final del ladrillo es diferente. Al utilizar gas, el ladrillo no toma el color rojizo original, sino se pone de un color grisáceo el cual desagrade a los clientes, por lo tanto este ladrillo no se vende. Además de ser peligroso y más caro. Se hace énfasis en ser más costoso, ya que al utilizar gas implica adecuar los hornos ya existentes con nuevos instrumentos para la cocción con gas y desechar los instrumentos utilizados para la cocción con petróleo, esto puede llegar a ser peligroso si no se adecuan de la manera correcta.

**Tabla 4.28**

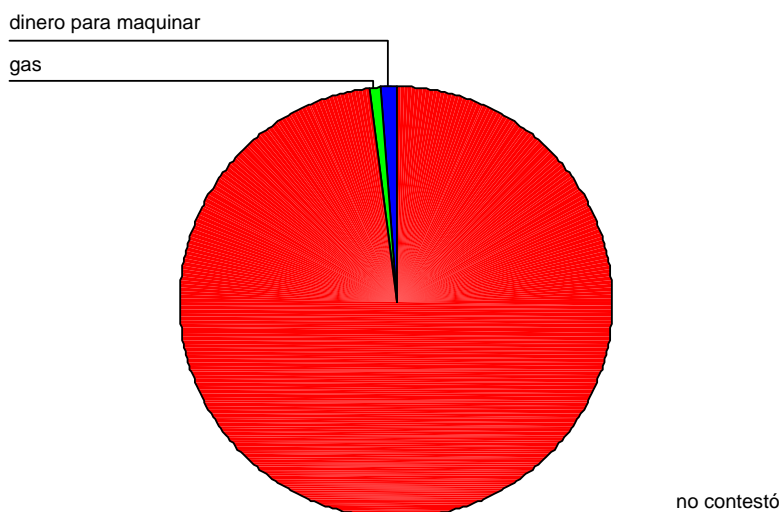
#### ¿EN QUÉ CONSISTIÓ LA AYUDA?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid no contesto	96	98.0	98.0	98.0
gas	1	1.0	1.0	99.0
dinero para maquinaria	1	1.0	1.0	100.0
Total	98	100.0	100.0	



**Figura 4.28**

### ¿EN QUÉ CONSISTIÓ LA AYUDA?



Fuente: Elaboración propia.

#### **Disposición a pedir crédito**

El cuestionario refleja la renuencia de los ladrilleros a pedir prestado o solicitar algún tipo de crédito, por lo cual 93 de ellos respondieron que no estarían dispuestos a pedir un crédito y 5 de ellos si estarían dispuestos a pedir un crédito para hacer crecer su negocio.

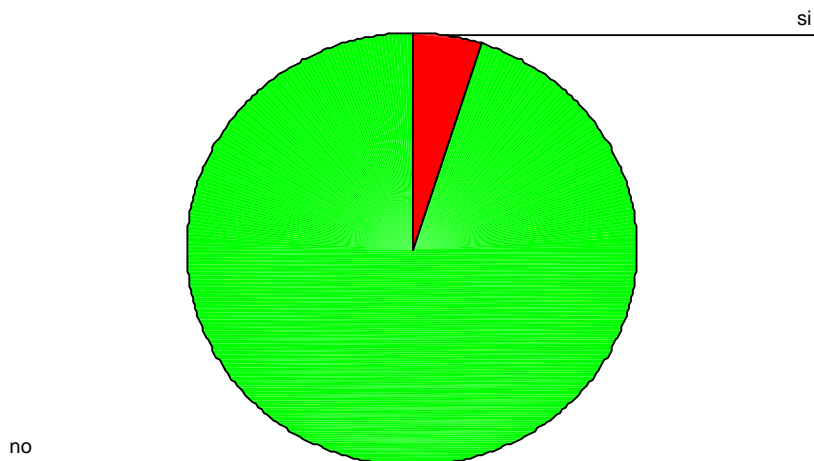
**Tabla 4.29**

#### **DISPOSICIÓN A PEDIR CREDITO**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid si	5	5.1	5.1	5.1
no	93	94.9	94.9	100.0
Total	98	100.0	100.0	



**Figura 4.29**  
**DISPOSICIÓN A PEDIR CRÉDITO**



Fuente: Elaboración propia.

### **Lugares donde lo ha solicitado**

Los lugares donde han solicitado crédito fueron: al gobierno federal y a personas particulares (como familia, amigos o vecinos). 3 productores contestaron que lo han solicitado con personas particulares, y sólo 1 persona al gobierno y los otros 94 no contestaron.

**Tabla 4.30**

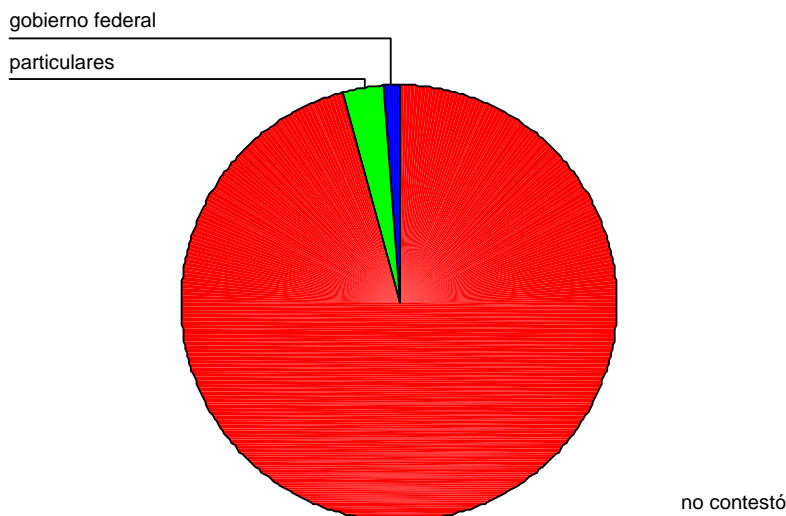
**LUGARES DONDE LO HA SOLICITADO**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid no contesto	94	95.9	95.9	95.9
particulares	3	3.1	3.1	99.0
gobierno federal	1	1.0	1.0	100.0
Total	98	100.0	100.0	





**Figura 4.30**  
**LUGARES DONDE LO HA SOLICITADO**



Fuente: Elaboración propia.

### **Razones por las que no han solicitado un crédito**

Las siguientes 8 gráficas, analizan las razones por las cuales los ladrilleros no han solicitado algún crédito. Las razones en las que hubo más incidencia fueron en altas tasas, ya que 90 productores ladrilleros contestaron esta variable, 88 productores ladrilleros dijeron que también el temor de no poder pagar era considerado para no solicitar créditos. Las variables que menos incidencias tuvieron fueron en no tener garantías para el crédito, con 4 personas, trámites con 1, no ha querido con 1, otras con 1. En la variable no requiere y desconocimiento, nadie contestó.



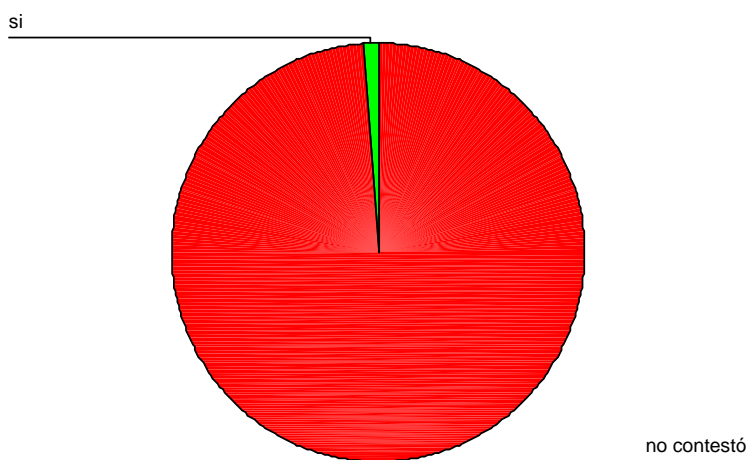
**Tabla 4.31**

**¿HA QUERIDO SOLICITAR UN CRÉDITO?**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid no contesto	97	99.0	99.0	99.0
si	1	1.0	1.0	100.0
Total	98	100.0	100.0	

**Figura 4.31**

**¿HA QUERIDO SOLICITAR UN CRÉDITO?**



Fuente: Elaboración propia.



## ¿Son las altas tasas un motivo para no pedir un préstamo?

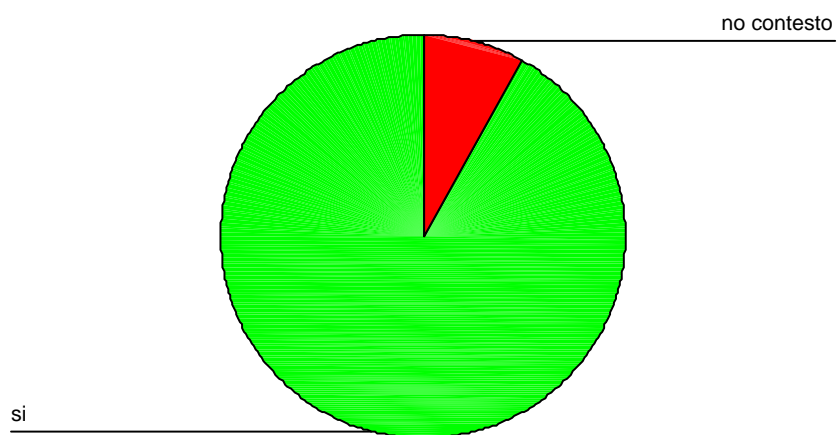
**Tabla 4.32**

**¿SON LAS ALTAS TASAS UN MOTIVO PARA NO PEDIR UN PRÉSTAMO?**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid no contesto	8	8.2	8.2	8.2
si	90	91.8	91.8	100.0
Total	98	100.0	100.0	

**Figura 4.32**

**¿SON LAS ALTAS TASAS UN MOTIVO PARA NO PEDIR UN PRÉSTAMO ?**



Fuente: Elaboración propia.



## ¿Son los trámites un motivo para no pedir un crédito?

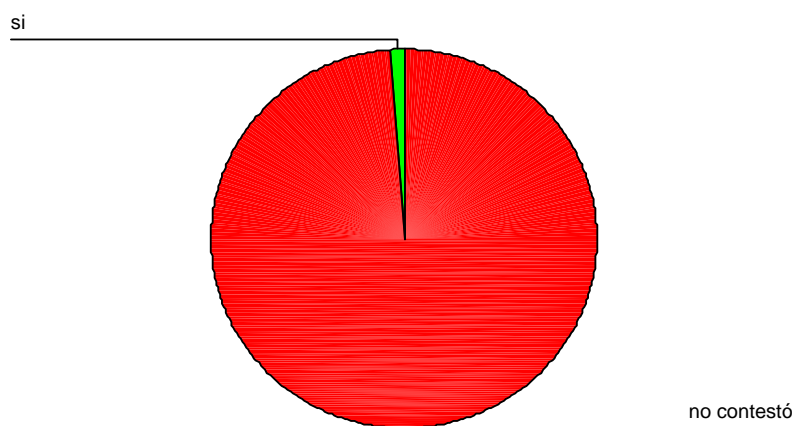
**Tabla 4.33**

**¿SON LOS TRÁMITES UN MOTIVO PARA NO PEDIR UN CRÉDITO?**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid no contesto	97	99.0	99.0	99.0
si	1	1.0	1.0	100.0
Total	98	100.0	100.0	

**Figura 4.33**

**¿SON LOS TRÁMITES UN MOTIVO PARA NO PEDIR UN CRÉDITO?**



Fuente: Elaboración propia.



## ¿Requiere algún crédito?

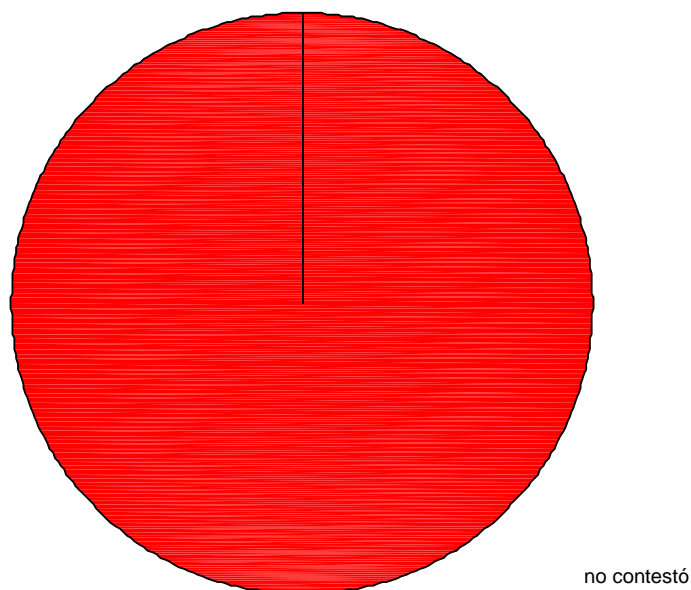
**Tabla 4.34**

¿REQUIERE ALGÚN CRÉDITO?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid no contesto	98	100.0	100.0	100.0

**Figura 4.34**

¿REQUIERE ALGÚN CRÉDITO?



Fuente: Elaboración propia.



## El temor a no poder pagar, ¿le ha impedido pedir un crédito?

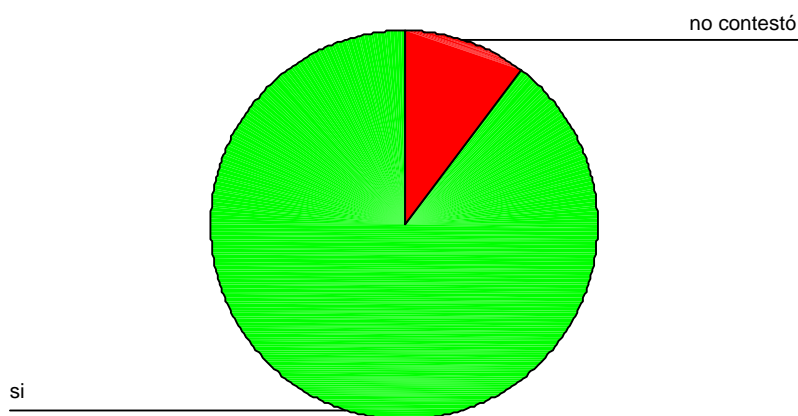
**Tabla 4.35**

**EL TEMOR A NO PODER PAGAR ¿LE HA IMPEDIDO PEDIR UN CRÉDITO?**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid no contesto	10	10.2	10.2	10.2
si	88	89.8	89.8	100.0
Total	98	100.0	100.0	

**Figura 4.35**

**EL TEMOR A NO PODER PAGAR  
¿LE HA IMPEDIDO PEDIR UN CRÉDITO?**



Fuente: Elaboración propia.



## El no tener garantías ¿le ha impedido pedir un crédito?

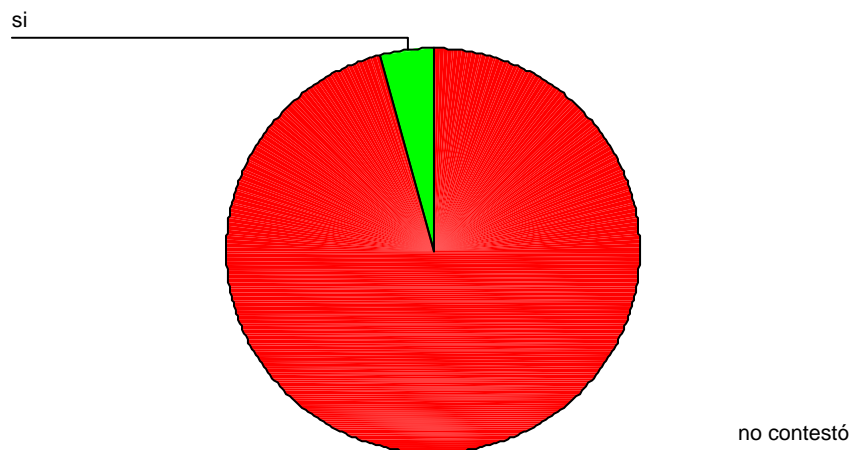
**Tabla 4.36**

**EL NO TENER GARANTÍAS ¿LE HA IMPEDIDO PEDIR UN CRÉDITO?**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid no contesto	94	95.9	95.9	95.9
si	4	4.1	4.1	100.0
Total	98	100.0	100.0	

**Figura 4.36**

**EL NO TENER GARANTÍAS  
¿LE HA IMPEDIDO PEDIR UN CRÉDITO?**



Fuente: Elaboración propia.



## ¿Es el desconocimiento un motivo para no pedir un crédito?

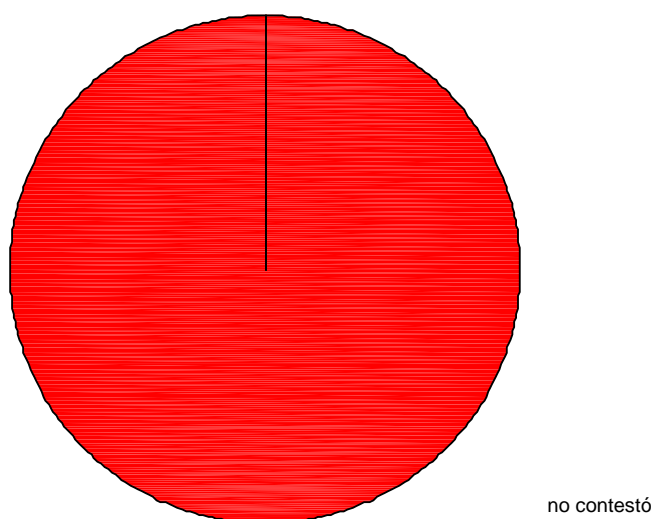
**Tabla 4.37**

¿ES EL DESCONOCIMIENTO UN MOTIVO PARA NO PEDIR UN CRÉDITO?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid no contesto	98	100.0	100.0	100.0

**Figura 4.37**

¿ES EL DESCONOCIMIENTO UN MOTIVO PARA NO PEDIR UN CRÉDITO?



Fuente: Elaboración propia.





## ¿Existen otras razones para no pedir un crédito?

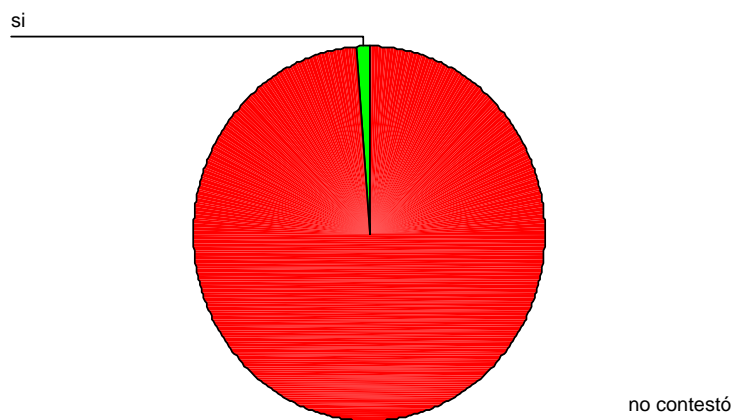
**Tabla 4.38**

¿EXISTEN OTRAS RAZONES PARA NO PEDIR UN CRÉDITO?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid no contesto	97	99.0	99.0	99.0
si	1	1.0	1.0	100.0
Total	98	100.0	100.0	

**Figura 4.38**

¿EXISTEN OTRAS RAZONES PARA  
NO PEDIR UN CRÉDITO?



Fuente: Elaboración propia.



### ¿Consideraría la posibilidad de buscar socios?

La siguiente gráfica es clave en la investigación, porque muestra la disposición que tienen los dueños de las ladrilleras al trabajar en equipo para hacer crecer el negocio y poder tener mayores clientes y mayores ganancias. A lo cual, 96 productores ladrilleros respondieron que no están dispuestos a trabajar en sociedad y solo 2 productores sí estarían de acuerdo en hacerlo. Este resultado es un claro indicio que la primera solución que se les pudiese aplicar no sería la de una asociación ya que sin duda ellos la rechazarían.

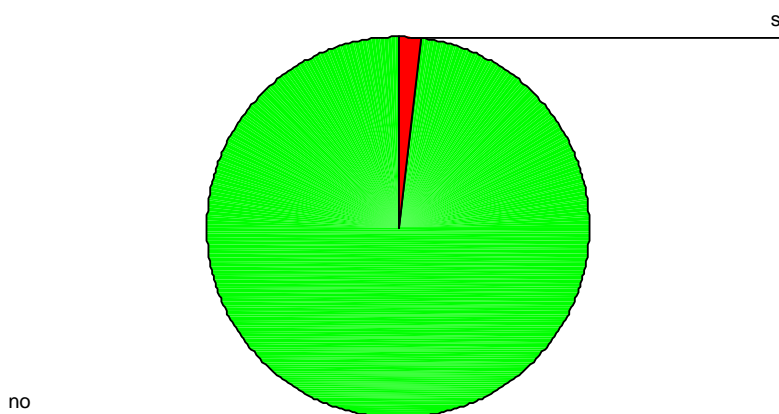
**Tabla 4.39**

#### ¿CONSIDERARÍA LA POSIBILIDAD DE BUSCAR SOCIOS?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid si	2	2.0	2.0	2.0
no	96	98.0	98.0	100.0
Total	98	100.0	100.0	

**Figura 4.39**

#### ¿CONSIDERARÍA LA POSIBILIDAD DE BUSCAR SOCIOS?





Fuente: Elaboración propia.

### **Beneficios al asociarse**

Las próximas 6 gráficas responden a la pregunta de cuáles serían los beneficios que ellos encuentran al asociarse, cabe mencionar que en base a la respuesta anterior la mayoría asintió que no había ningún beneficio al asociarse y por ese motivo muchos no contestaron esta pregunta.

Los que si respondieron la pregunta, que fueron 2 personas, afirmaron que el aumento de las ventas, la mejora de la calidad, el aumento de la producción y la obtención de mayores clientes, serían beneficios obtenidos al asociarse. Cada variable respondida con una incidencia; en el caso de la reducción de costos y otros beneficios al asociarse, no fueron contestadas.

**Tabla 4.40**

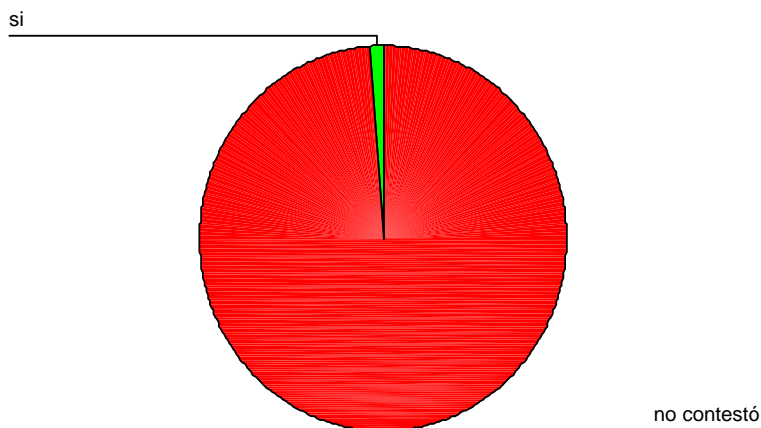
**¿REE QUE EL AUMENTO DE LAS VENTAS ES UN BENEFICIO AL ASOCIARSE**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid no contesto	97	99.0	99.0	99.0
si	1	1.0	1.0	100.0
Total	98	100.0	100.0	



**Figura 4.40**

**¿CREE QUE EL AUMENTO DE LAS VENTAS  
ES UN BENEFICIO AL ASOCIARSE?**



Fuente: Elaboración propia.

**¿Cree que la reducción de costos es un beneficio al asociarse?**

**Tabla 4.41**

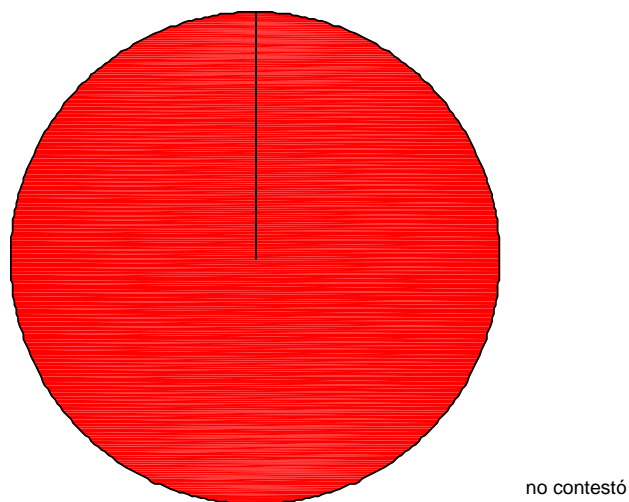
**CREE QUE LA REDUCCIÓN DE COSTOS ES UN BENEFICIO AL ASOCIARSE?**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid no contestó	98	100.0	100.0	100.0



**Figura 4.41**

**¿CREE QUE LA REDUCCIÓN DE COSTOS  
ES UN BENEFICIO AL ASOCIARSE?**



Fuente: Elaboración propia.

**¿Cree que la mejora de la calidad es un beneficio al asociarse?**

**Tabla 4.42**

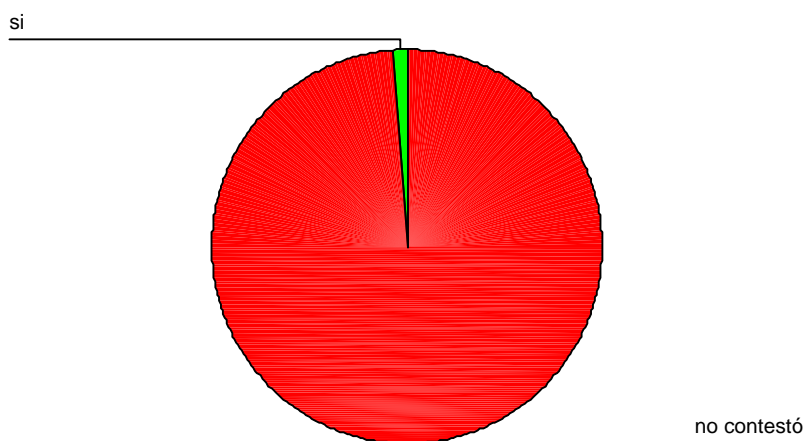
**CREE QUE LA MEJORA DE LA CALIDAD ES UN BENEFICIO AL ASOCIARSE?**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid no contestó	97	99.0	99.0	99.0
si	1	1.0	1.0	100.0
Total	98	100.0	100.0	



**Figura 4.42**

**¿CREE QUE LA MEJORA DE LA CALIDAD  
ES UN BENEFICIO AL ASOCIARSE?**



Fuente: Elaboración propia.

**¿Cree que el aumento de la producción es un beneficio al asociarse?**

**Tabla 4.43**

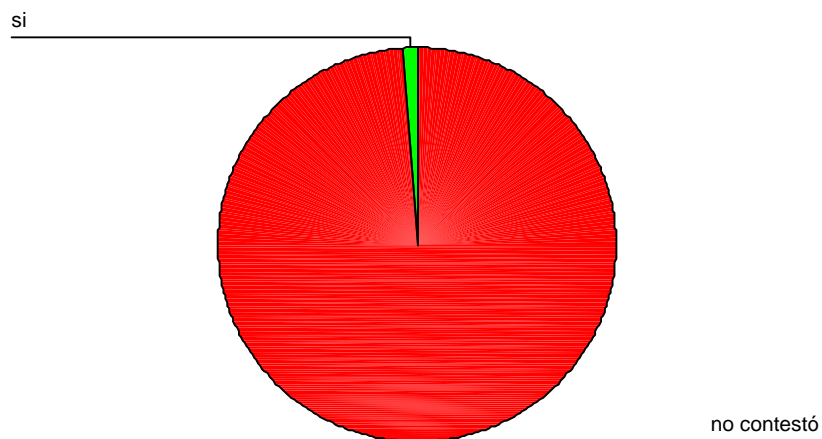
**¿CREE QUE EL AUMENTO DE LA PRODUCCIÓN ES UN BENEFICIO AL  
ASOCIARSE?**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid no contestó	97	99.0	99.0	99.0
si	1	1.0	1.0	100.0
Total	98	100.0	100.0	



**Figura 4.43**

**¿CREE QUE EL AUMENTO DE LA PRO-  
DUCCIÓN ES UN BENEFICIO AL ASOCIARSE?**



Fuente: Elaboración propia.

**¿Cree que el tener más clientes es un beneficio al asociarse?**

**Tabla 4.44**

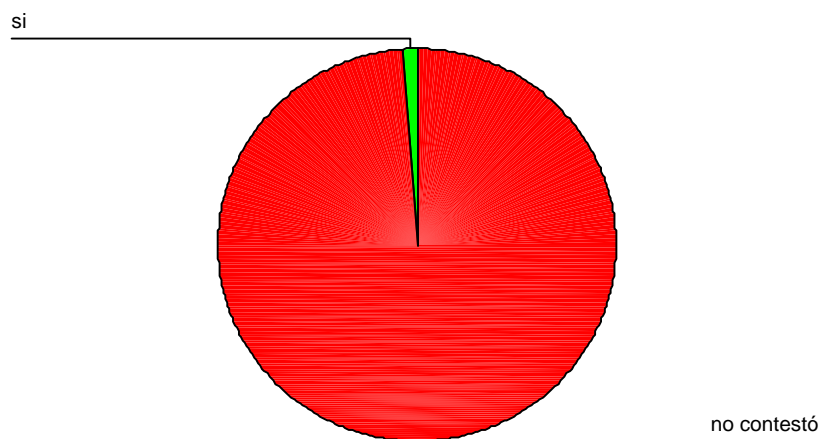
**¿CREE QUE EL TENER MÁS CLIENTES ES UN BENEFICIO AL ASOCIARSE?**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid no contesto	97	99.0	99.0	99.0
si	1	1.0	1.0	100.0
Total	98	100.0	100.0	



**Figura 4.44**

**¿CREE QUE EL TENER MÁS CLIENTES  
ES UN BENEFICIO AL ASOCIARSE?**



Fuente: Elaboración propia.

**¿Cree tener otras razones al considerar un beneficio al asociarse?**

**Tabla 4.45**

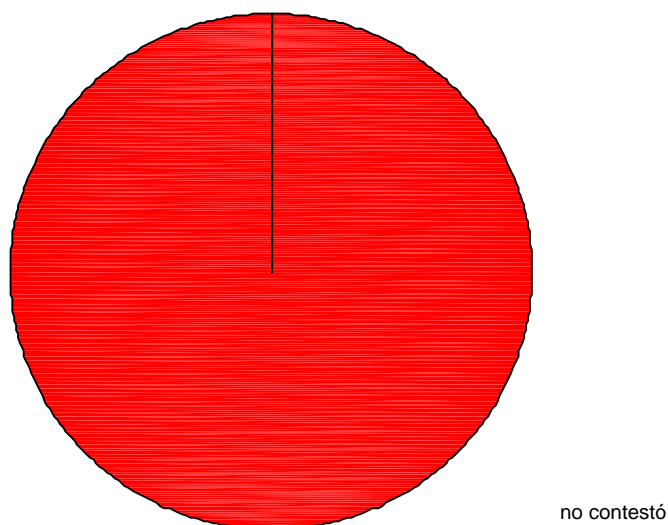
**CREE TENER OTRAS RAZONES QUE SEAN UN BENEFICIO AL ASOCIARSE?**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid no contesto	98	100.0	100.0	100.0





**Figura 4.45**  
**OTRAS RAZONES QUE SON**  
**UN BENEFICIO AL ASOCIARSE**



Fuente: Elaboración propia.

**Disposición para implementar un plan de desarrollo que les sea proporcionado**

La disposición que tienen los dueños de las ladrilleras para implementar un plan de desarrollo es buena, ya que 82 de 98 productores ladrilleros dijeron que si estarían dispuestos a implementarlo y 16 dijeron que no.

**Tabla 4.46**

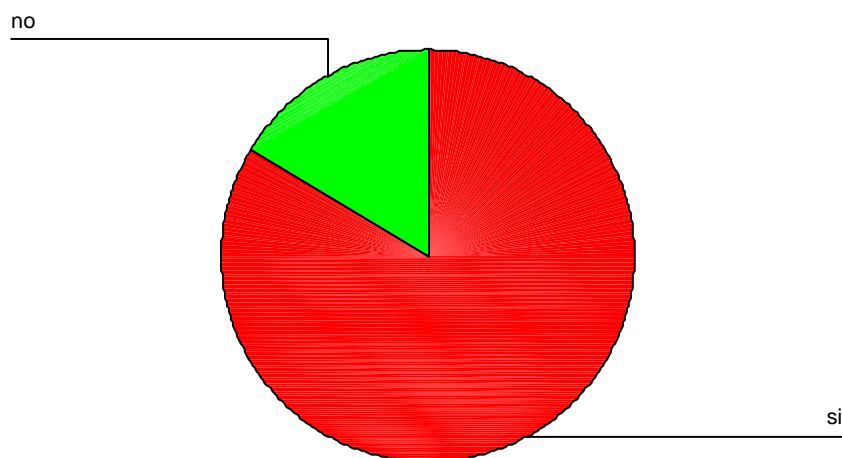
**DISPOSICIÓN PARA IMPLEMENTAR UN PLAN DE DESARROLLO QUE LES SEA PROPORCIONADO**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid si	82	83.7	83.7	83.7
no	16	16.3	16.3	100.0
Total	98	100.0	100.0	



**Figura 4.46**

**DISPOSICIÓN PARA IMPLEMENTAR UN PLAN DE DESARROLLO QUE LES SEA PROPORCIONADO**



Fuente: Elaboración propia.

**Razón por la que implementarían el plan de desarrollo**

La razón por la cual ellos implementarían el plan de desarrollo, es porque ellos reconocen la necesidad de un cambio en la producción y venta del ladrillo. Y la razón por la que no implementarían el plan, es porque en un pasado ya se ha intentado y no ha funcionado; además de que el cambiar técnicas, implementar estrategias y aplicar planes, genera gastos extras para los productores y falsas esperanzas. En base a estas variables, 82 productores ladrilleros reconocen la necesidad del cambio, y 16 productores no estarían dispuestos a implementarlo porque no ha funcionado.



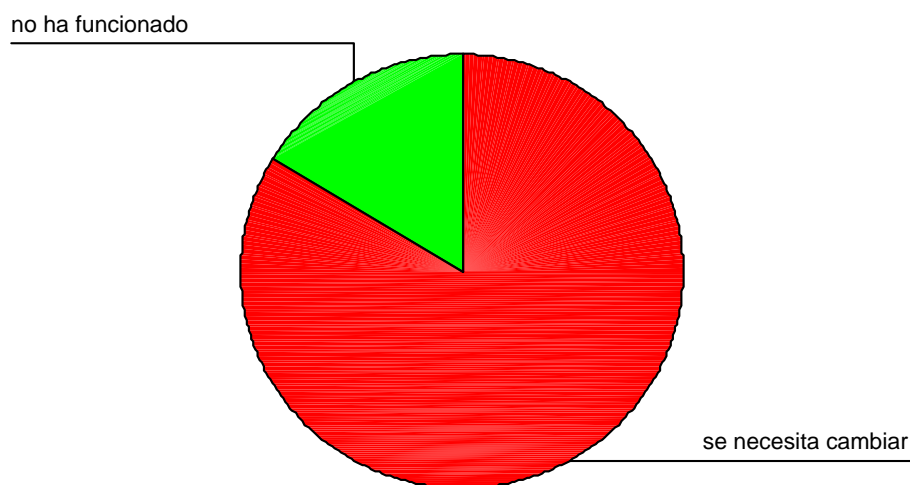
**Tabla 4.47**

**RAZÓN POR LA QUE IMPLEMENTARÍAN EL PLAN DE DESARROLLO**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid se necesita un cambio	82	83.7	83.7	83.7
no ha funcionado	16	16.3	16.3	100.0
Total	98	100.0	100.0	

**Figura 4.47**

**RAZÓN POR LA QUE IMPLEMENTARÍAN  
EL PLAN DE DESARROLLO**



Fuente: Elaboración propia.

#### **4.5 ANÁLISIS CUALITATIVO DEL SECTOR LADRILLERO EN SAN MATÍAS COCOYOTLA**

El análisis del sector ladrillero de la junta auxiliar de San Matías Cocoyotla Puebla, se basa en los problemas que según el Banco Internacional de



Desarrollo (2004), enfrentan las Pymes y las posibles soluciones propuestas por los gobiernos federales y estatales mexicanos.

Apoyándose en los resultados obtenidos por las encuestas, se puede observar que los principales problemas que enfrentan los productores de ladrillo son: las escasas ventas anuales y la poca productividad y utilidad que tienen por ellas.

Las siguientes cifras que a continuación se muestran no fueron recolectadas por las encuestas, pero fueron obtenidos al conversar con los productores de ladrillo de la zona.

La materia prima utilizada para la elaboración del ladrillo es: agua, barro, arena y petróleo, siendo éste último la materia prima más costosa. Aunque a simple vista parece que no es poco lo que ganan al año, de esas ventas se tiene que tomar en cuenta que el millar de ladrillo lo dan aproximadamente en \$600 pesos. De estos \$600 se restan \$150 que es lo que le pagan a un ayudante (la mayoría de las veces se tiene sólo a uno, ya que prefieren que la familia completa trabaje en la elaboración del ladrillo). Los hornos con los que cuentan para hornear el ladrillo tienen una capacidad de almacenaje de 20 a 25,000 ladrillos (20 ó 25 millares) y se utilizan 2,500 litros de petróleo para hornear una vez, con el horno a su capacidad máxima. El precio del petróleo es de \$2.75 por litro.

Los costos de barro y arena son variables para la elaboración de mil ladrillos. Estos costos dependen de la manera en que haga el ladrillo cada productor, aunque es muy similar, algunos utilizan más barro que otros, o viceversa, otros utilizan más arena, pero la calidad sigue siendo igual. En promedio, el costo del barro y arena por millar es de \$70. El agua en este caso no se toma en cuenta, ya que esta comunidad no cuenta con agua potable y el agua utilizada es de pozo.



Haciendo un cálculo aproximado de un productor que venda \$150,000 al año, con un horno que tenga capacidad para 25 millares y que haya horneado 10 veces en el año a su capacidad máxima, vendiendo a \$600.00 el millar, el precio del petróleo es de \$2.75 por litro y \$70 de barro y arena por millar, y que no cuente con un ayudante, entonces, la utilidad aproximada es de: \$26,250 anual y mensual de \$2,187.50.

Ahora, con estos datos, se puede observar los bajos ingresos que estas personas tienen al producir el ladrillo. Se debe tomar en cuenta que el ejemplo anterior fue un poco favorable, ya que se ocupó un horno con una alta capacidad, un precio no muy bajo y teniendo horneadas constantes en el año con su capacidad máxima.

Existen otros factores que también afectan el desarrollo de los productores ladrilleros, éstos son:

- Sus competidores directos son los propios vecinos y como resultado, abaratan el producto. También la calidad, precio y servicio de entrega es igual entre ellos.
- No cuentan con una cartera de clientes, sus ventas no son constantes y no tienen el mismo volumen, así que no pueden planear las ventas futuras.
- La gran mayoría de los productores no se encuentran dados de alta en la SHCP y tampoco están regidos por alguna norma de estandarización y certificación del producto.
- No se les ha proporcionado apoyos financieros y ellos no están dispuestos a pedirlos por las altas tasas que generan o porque tienen temor a no poder pagarlos.
- No están asociados y no les interesaría una asociación porque anteriormente se hizo y no funcionó, pero si están dispuestos a implementar un plan de desarrollo que los haga ser más productivos y competitivos.



Ya analizados los problemas que impiden el crecimiento del sector ladrillero en San Matías Cocoyotla, Cholula, se puede determinar cuál de los programas propuestos por los gobiernos federales y estatales mexicanos, es el que más le conviene a este sector. El programa de *Opciones Productivas* propuesto por la SEDESOL (2004) es el más adecuado, su objetivo principal es otorga apoyos a la población en pobreza para impulsar procesos de desarrollo, a partir de una estrategia que genere opciones productivas, contribuya a la consolidación de organizaciones de productores, propicie la formación de agencia de desarrollo local, contribuya a formación de un sistema de financiamiento social, y promueve una cultura socialmente responsable en la superación de la pobreza y acceso al desarrollo, a partir del ámbito local y con proyección microrregional y regional.

En el siguiente capítulo se detallarán los objetivos generales y particulares de este programa, y se explicarán particularmente los motivos por los cuáles se recurrió a la selección de éste y el por qué se desecharon los programas restantes.