

SEBIEN

Secretaría de Bienestar
del Estado de Oaxaca



Hallazgos en la evaluación cualitativa del programa social “Crédito a la palabra de la mujer”.

COORDINACIÓN DE PLANEACIÓN Y EVALUACIÓN PARA EL DESARROLLO
SOCIAL DE OAXACA (COPEVAL)

PRESENTAN:

M.E.R. GUADALUPE ESTELA PERALTA SANTIAGO

LIC. MARÍA LANGLE SCOGNAMIGLIO



gLOCAL
EVALUATION WEEK

*Sharing local and
global M&E knowledge*

Programa “Crédito a la palabra de la Mujer”

Instancias Ejecutoras

- Secretaría de Bienestar del Estado de Oaxaca (SEBIEN)
- Secretaría de las Mujeres de Oaxaca (SMO)

COPEVAL

- Procesamiento y análisis de la información socioeconómica generada
- Dar seguimiento y monitorear la ejecución de los créditos

Evaluación

- Ejercicio fiscal 2019
- Desarrollada en el mes de enero de 2020

Los Créditos

- Individuales: de 10 a 30 mil pesos; hasta 12 meses para pagar.
- Grupales: de 2 a 10 mil pesos por integrante (5-8 mujeres); hasta 12 meses para pagar

LA INVESTIGACIÓN

Investigación
Exploratoria

Entrevistas
semi-
estructuradas

Selección
aleatoria de las
entrevistadas
en municipios
de Valles
Centrales

Observación
Directa y
Abierta

San
Bartolomé
Quialana
y
Santa María
Atzompa



SAN BARTOLOMÉ QUIALANA



- Población de 2 mil 476 habitantes (INEGI, 2015).

LA VESTIMENTA

- Buena parte de las mujeres de Quialana utilizan la vestimenta tradicional: falda de enrollado con faja, blusa bordada a mano, sobre la cual portan una blusa de encaje de colores vistosos, y en la cabeza, una colorida mascada. (Esta era la vestimenta que usaban las mujeres casadas).
- Las mujeres solteras usaban vestido tableado.
- Actualmente atienden a la comodidad y/o a factores económicos: hay mujeres casadas jóvenes que siguen usando vestido; o bien mujeres maduras que utilizan vestido.





LA FLOR DE QUIALANA

- Rosa Gómez Hernández artesana textil de 33 años, integrante del grupo “La Flor de Quialana”.
- Cuenta con estudios de nivel medio superior terminados (CETis).
- La actividad que realiza es su única fuente que le genera ingresos, la desempeña desde los 20 años.
- Es la primera persona en llevar a vender las prendas fuera de la comunidad.

PRINCIPALES HALLAZGOS

- Hay una serie de factores que limitan a las mujeres interesadas en desarrollar sus negocios: Culturales, Educativos, Económicos y Socio-Familiar
- Se genera un impacto en el imaginario colectivo: empoderamiento de las mujeres beneficiarias en sus comunidades.
- La afinidad como elemento integrador de objetivos: buscan formar “grupos solidarios” para acceder al crédito, con personas que no se conocen, corriendo el riesgo que, por el incumplimiento de unas, el grupo se vea perjudicado.



PRINCIPALES HALLAZGOS

- Los grupos no cuentan con inventarios ni registros de compras y ventas.
- No suelen separar el dinero del negocio y el destinado al gasto de la casa.
- Apoyan la economía familiar con lo que se genera en el día a día por concepto de ventas, para sufragar los gastos de la casa y la familia, tratando de reponerlo posteriormente.
- Es necesario otorgar créditos de mayores montos.



PRINCIPALES HALLAZGOS

- El objetivo primordial del Programa se cumplió.
- El pago del microcrédito no implicó dificultades para las beneficiarias, por el bajo monto a pagar de manera quincenal.
- Carencias en la difusión de la convocatoria para participar en el programa.
- Los tiempos en realizar los trámites dificultaron procesos, por ejemplo: “la capacitación de las Beneficiarias sobre las áreas de interés relacionadas al Programa con el objetivo de potenciar el impacto de la ejecución del microcrédito”





GRACIAS!!