

REPORTE DE ESTADO DE PROYECTO (PSR)

07/01/2022 - 12/31/2022 - PSR-09514



SÍNTESIS DEL PROYECTO

Número de Operación

PR-T1322

Número de suboperación

ATN/ME-18970-PR

Nombre del proyecto

Advanced Digital Talent for an Inclusive, Resilient Digital Economy

Lider de equipo:

Carolina Carrasco

Agencia ejecutora

Centro De Informaciones Y Recursos Para El Desarrollo

Proposito

contribuyendo a formar e incrementar el talento digital con enfoque de género que necesitan las empresas y los gobiernos para diversificar la economía y volverla más resiliente, dejando capacidad instalada para replicarlo y llevarlo a escala a nivel nacio



Ciclo del Proyecto



PUNTAJE PSR



- 0 - 1 Bandera roja
- 1 - 2 Bandera amarilla
- 2 - 4 Bandera verde

APRENDIZAJES

1. Riesgos y Lecciones

1.1. Riesgo

1.1.1. ¿Cuál cree que es el mayor riesgo que amenaza el cumplimiento de los objetivos del proyecto?

Durante la etapa de diseño del proyecto se identificaron cuatro posibles riesgos: 1) conectividad, 2) alta deserción, 3) baja participación de mujeres y 4) sostenibilidad del modelo de bootcamp. Una vez en ejecución el programa pudimos notar que la conectividad no sería un riesgo importante. En la primera convocatoria recibimos 522 postulantes interesados en aprender a programar. En el formulario, el 96.2% de los postulantes respondió que tiene acceso a internet en su hogar para tomar clases virtuales. También el 79.5% respondió que tiene una notebook. Entre los factores de deserción recolectados no se menciona mayormente la conectividad como un problema. El programa es mayoritariamente online a excepción de un día que se realiza de forma presencial. A través de una alianza con la Gobernación de Itapúa conseguimos el préstamo de computadoras en el caso que alguno de los participantes no pueda llevar su notebook en la jornada presencial. Sin embargo, menos de 10 personas necesitaron del préstamo. En cuanto a la alta deserción en el bootcamp, la deserción del primer bootcamp internacional que se encuentra en curso es del 3%. Una de las razones de la baja deserción en el bootcamp internacional es que los participantes pasaron por un proceso de selección bastante intenso que incluía una formación de 40 hrs en introducción a la programación a través de los denominados mini bootcamps. Sin embargo, consideramos que se debe mejorar la comunicación de los requisitos y condiciones para ser parte del programa y realizar una selección más eficiente y óptima de perfiles. Es decir, el bootcamp requiere como mínimo una dedicación semanal de 35 a 40 hrs y si bien no tenemos una alta deserción, sí vemos que algunos jóvenes tienen dificultades para avanzar con las tareas debido a que tienen un empleo o estudios adicionales que les impiden dedicar el tiempo necesario al programa. En las siguientes convocatorias debemos seleccionar solo a jóvenes que cuenten con esta disponibilidad de tiempo y comprendan la dedicación requerida para ser parte del bootcamp intensivo. En cuanto a la baja participación de mujeres, no tuvimos problema en atraer a un gran número de mujeres en la convocatoria. El 45.6% de los postulantes fueron mujeres y 54.4% fueron hombres. En el proceso de selección fuimos claros que debíamos seleccionar al mismo número de mujeres y hombres para que inicien los mini bootcamps como parte del proceso de selección. Es decir, elegimos 50% hombres y 50% mujeres. Sin embargo, una vez iniciados los mini bootcamps vimos una mayor deserción femenina. Hoy día el bootcamp internacional está compuesto por un 37% de participación femenina. Si bien es bastante alto y mayor a la meta establecida en la matriz de resultados de una participación femenina del 20% en el primer año, consideramos que podemos aumentar ese porcentaje a través de diferentes estrategias como por ejemplo una participación mayor de mujeres en los mini bootcamps (seleccionar a 60% mujeres vs. 50% como se hizo inicialmente). Por último, en cuanto a sostenibilidad, consideramos que estamos en etapa temprana para poder concluir que es uno de los mayores riesgos ya que nos encontramos en una fase exploratoria con empresas y otras instituciones. En reuniones con empresas, las mismas respondieron que inicialmente estarían interesadas en pagar un fee de contratación por el talento graduado de los bootcamps. Sin embargo, experiencias similares como Laboratorio nos demuestran que las empresas no están dispuesta a pagar por talento junior, y en el caso de que sí puedan pagar, no sería suficiente para cubrir el costo de formación. Podríamos decir que la sostenibilidad financiera es uno de los mayores riesgos, sin embargo también estamos trabajando en una sostenibilidad de base, empoderando a actores locales, compartiendo conocimientos y aprendizajes, posicionando el tema de tecnología en la agenda del Gobierno Departamental, entre otras acciones. Finalmente, un riesgo no identificado podría ser una baja inserción laboral debido a un mercado local pequeño y el poco conocimiento del idioma inglés que impide que los jóvenes puedan obtener un trabajo remoto.

1.2. Mayor Logro o Fracaso

1.2.1. ¿Cuál ha sido el mayor logro o fracaso del proyecto en el último semestre?

Algunos de los logros más importantes que impactaron positivamente fueron la alta convocatoria donde recibimos 522 postulaciones de 27 ciudades de Itapúa (de las 30 ciudades que existen en el Departamento) gracias al trabajo en conjunto y apoyo de aliados locales que confiaron en el proyecto desde sus inicios. Además, el alto nivel de enseñanza en los mini bootcamps logró que los jóvenes tuvieran una buena formación de base al iniciar el bootcamp internacional. Esto se reflejó en el examen que tomaron al culminar el primer mes de formación del bootcamp internacional donde absolutamente TODOS sacaron excelentes resultados. Finalmente, la Gobernación del Departamento de Itapúa declaró al proyecto de interés Departamental, lo cual representa un paso importante en la construcción de una visión común donde se posicione a la tecnología y formación de jóvenes entre los principales objetivos del Departamento de Itapúa y pueda ayudar a la sostenibilidad del proyecto. En cuanto a fracasos, tuvimos que cambiar la agencia de comunicación contratada debido a que no cumplieron con los objetivos propuestos en tiempo y forma lo cual nos llevó a atrasar el lanzamiento del proyecto y tener menos impacto comunicacional.

1.3. Hallazgos y Lecciones

1.3.1. ¿Cuáles son los hallazgos y lecciones más útiles de este proyecto que, cuando se toman en consideración, podrían mejorar la ejecución y los resultados de los proyectos existentes y el diseño de proyectos similares en el futuro? Un hallazgo describe una acción, circunstancia o decisión que fue crítica para determinar la evolución positiva o negativa del proyecto (por ejemplo, Cambiar del desarrollo de una plataforma blockchain a una base de datos compartida basada en la web redujo el costo y el tiempo dedicado a implementar el capacidades de trazabilidad requeridas por el proyecto). Una lección es una propuesta concreta y procesable basada en un hallazgo que, en circunstancias similares, facilitaría la resolución de problemas, la mitigación de riesgos y el logro de resultados (por ejemplo, Desarrollar pautas y criterios para identificar candidatos que podrían beneficiarse de la implementación de un plataforma blockchain, y evaluar durante el diseño si el proyecto seleccionado cumple con los criterios antes de comprometerse a desarrollar uno).

Una de las lecciones más importantes fue el entender la importancia que tienen las habilidades blandas para las empresas. Las mismas mencionaron repetidas veces que si bien la parte técnica es importante, lo que más les preocupa son las habilidades blandas. Las más mencionadas fueron: proactividad, comunicación, resolución de problemas, adaptabilidad, no tener miedo al fracaso, curiosidad, pensamiento crítico, colaboración y trabajo en equipo. Sin embargo, al seleccionar a la primera generación de jóvenes para que sean parte del bootcamp internacional, no tuvimos criterios de selección para identificar a estudiantes con habilidades blandas, sino más bien la selección se basó exclusivamente en habilidades técnicas. Sin embargo durante el bootcamp recibimos el feedback de los profesores de que los jóvenes necesitaban mejorar sus habilidades de comunicación y su participación en clases. Al ser un proyecto de inserción laboral, las habilidades blandas son claves. Es por eso que para las siguientes convocatorias, desarrollamos unos criterios para identificar mejor a jóvenes con estas habilidades

2. Escalabilidad y replicabilidad

2.1. Plan de Escalabilidad

2.1.1. Ahora que el Proyecto se encuentra en la fase de ejecución, ¿ha desarrollado algún plan o acción concreta que le permita llegar a un mayor número de usuarios/clientes/beneficiarios (o impactos ambientales o de resiliencia al cambio climático y desastres naturales más amplios) en el futuro?

Existe una oportunidad de aumentar el número de sensibilizados sobre las oportunidades que existen en el sector tecnológico a través de un trabajo coordinado con aliados locales. Para ello, estamos identificando actores de Itapúa, con especial énfasis en aliados localizados en ciudades más alejadas de la capital del Departamento. Esto responde a la necesidad de contar con una mayor participación de jóvenes de ciudades más alejadas ya que durante la primera

convocatoria más de 50% de los postulantes correspondían a la capital. Estos aliados serán parte de las siguientes campañas de comunicación y apoyarán en la difusión de las mismas a través de sus propios canales de comunicación (redes sociales, grupos de whatsapp, contactos, entre otros). Al identificar e incluir a los aliados en el plan de difusión lograremos un mayor alcance comunicacional que al hacerlo únicamente a través de nuestras redes. Este plan de acción requiere una coordinación y seguimiento de los aliados, además de la preparación de materiales de difusión y kits comunicacionales que serán entregados a cada uno. Como resultado esperamos una mayor cantidad de postulantes (>500) que la primera convocatoria que logró un total de 522 postulaciones.

2.2. Costos y Socios para Escalar

2.2.1. Ahora que el proyecto está en fase de ejecución, ¿Sabe cuánto cuesta ofrecer su producto/servicio por usuario/cliente/beneficiario? ¿Es esto un factor que pudiera afectar el llegar a un mayor número de usuarios/clientes/beneficiarios en el futuro? ¿Le ha solicitado esta información alguna institución pública o privada pensando en escalar o replicar el modelo/producto/servicio?

El costo de formación es bastante elevado debido especialmente a la contratación del bootcamp internacional. El valor real de mercado de todo el proceso que incluye la convocatoria, selección, formación e inserción laboral ronda los USD 4.000. Sin embargo, al desarrollar el bootcamp local esperamos reducir el 50% de los costos. Además, estamos trabajando en la optimización y automatización de procesos durante los mini bootcamps que nos ayudarán a reducir la carga de trabajo y costos. Generalmente los bootcamps trabajan en cohortes pequeños de 30 a 40 estudiantes máximo. Sin embargo, al evaluar opciones similares de bootcamps en la región identificamos el caso de Henry, un bootcamp que trabaja con cohortes de 250 estudiantes lo cual podría ayudar a reducir costos y maximizar revenue. Estamos en etapas iniciales del proyecto y seguimos evaluando modelos de escalabilidad. En cuanto a instituciones privadas interesadas en replicar el modelo de formación, hasta el momento generamos un espacio de colaboración con la empresa Mentor mate interesada en aprender de nuestra experiencia para el desarrollo de sus programas de formación internos. En cuanto a instituciones públicas, realizamos una alianza con SINAFOCAL, dependiente del Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social para financiar dos mini bootcamps y escalar el impacto beneficiando a 70 jóvenes adicionales.

2.3. Factores Facilitadores u Obstaculizadores

2.3.1. ¿Considera que algunos de estos factores ha afectado el que haya llegado a más/menos usuarios/clientes/beneficiarios (o impactos ambientales o de resiliencia al cambio climático y desastres naturales) de lo que estaba previsto originalmente en el proyecto?

[Coordinación con terceros, Costo de la solución, Facilidad de transferir la solución a un contexto distinto (diferente ciudad/país/etc.), Evidencia de estas ventajas para socios/aliados/actores clave del mercado, Solución propuesta responde a un problema clave/persistente/prioritario]

2.4. Alcance de Escalabilidad

2.4.1. ¿Qué tan factible es que la organización pueda llegar a un número de usuarios/clientes/beneficiarios que sea 5, 10, o 100 veces superior el número previsto originalmente en el diseño del proyecto (cinco años después del cierre del proyecto)?

[Podría alcanzar entre 5 veces y 10 veces el número de usuarios/clientes/beneficiarios previstos en el diseño original cinco años después del cierre del proyecto]

2.4.2. ¿Qué probabilidad hay de que la organización alcance ese número cinco años después del cierre del proyecto?

[Probable (más del 50% pero menos del 90% de probabilidad)]

2.5. Relación con Grupo BID

2.5.1. ¿Se ha creado una relación comercial con otra unidad del Grupo BID diferente a BID Lab?

No

2.6. Socios de Replicabilidad

2.6.1. ¿Tiene conocimiento de alguna otra entidad a nivel nacional o internacional que haya copiado/replicado completa o parcialmente el modelo de negocio del proyecto? ¿Ustedes colaboraron en el proceso con esa entidad?

[No]

2.7. Socios de Replicabilidad

2.7.1. ¿Número de usuarios/clientes/beneficiarios alcanzado por entidades que han replicado/copiado completa o parcialmente el modelo de negocio/productos/servicios implementado con apoyo del proyecto?

[Al menos 2 veces pero menos de 5 veces el número de usuarios/clientes/beneficiarios previsto en el diseño original del proyecto]

2.7.2. ¿Ha experimentado, en el último año, una expansión significativa (50% o más) del alcance del modelo de negocios del proyecto más allá de lo esperado en el diseño original del proyecto (debido al aumento del tamaño organizacional, alcance operativo o expansión geográfica)?

[No]

2.7.3. Número de usuarios / clientes / beneficiarios alcanzados hasta el fin del año?

[Al menos 2 veces pero menos de 5 veces el número de usuarios/clientes/beneficiarios previsto en el diseño original del proyecto]

2.8. Sostenibilidad

2.8.1. ¿Cómo cree que el proyecto continuará una vez que se acabe el financiamiento de BID Lab? Ejemplos: tiene fuentes de financiamiento externo identificadas para seguir operando, ha logrado el punto de equilibrio a través de la venta de servicios y productos, ha logrado el apoyo de instituciones públicas o del sector privado, ajustará el modelo de negocio para mantenerse viable (vía franquicias, etc.)

Estamos evaluando diferentes modelos de sostenibilidad. Entre ellos: 1) fee de contratación. Según conversaciones iniciales con empresas, las mismas respondieron que estarían dispuestas a pagar un fee de contratación por talento incorporado a la empresa exitosamente. Las empresas mencionaron que pagan un fee a agencias reclutadoras como Manpower o Jobs por talento contratado y que podrían hacer lo mismo con los graduados del programa. 2) repago de estudiantes: Si bien esta opción todavía no fue probada, al evaluar experiencias similares en la región encontramos que es uno de los modelos más comunes a través de ISA. 3) Financiación de instituciones públicas: A través de una alianza con SINAFOCAL logramos la financiación de dos mini bootcamps adicionales que impactarán a 70 jóvenes. 4) Alianzas con universidades privadas: evaluamos alianzas con universidades como la UCOM para continuar operando utilizando la infraestructura de la universidad 5) Servicios a empresas: otro canal de revenue podría ser cursos de upskilling para empleados no técnicos en empresas con enfoque en herramientas no code.

3. Implementación

3.1. Factores Facilitadores u Obstaculizadores

3.1.1. ¿Qué aspectos específicos han afectado (positiva o negativamente) la implementación del proyecto?

[Contratación de consultores/proveedores, Reconocimiento público/premio]

3.1.2. Explique en detalle cómo estos factores que ha identificado han hecho que la implementación del proyecto sea más fácil o más difícil.

La contratación de un bootcamp internacional tomó mucho tiempo debido a que hicimos dos rondas de selección y evaluamos exhaustivamente a cada uno de los postulantes (currículum, metodología, costos, porcentaje de deserción, inserción laboral, referencias, etc). Además, tuvimos inconvenientes con la agencia de comunicación que no entregó a tiempo y en forma sus productos lo cual nos retrasó un poco el lanzamiento e impidió un mayor posicionamiento.

Por otro lado, tanto el Ministerio de Tecnología (MITIC) y la Gobernación de Itapúa nos apoyaron declarando el proyecto de Interés Tecnológico y Departamental, lo cual nos abrió las puertas para ser reconocidos como un proyecto con impacto.

3.2. Factores de Nuevas Tecnologías

3.2.1. Si el proyecto hace uso de tecnologías o metodologías novedosas, ¿Qué factores han facilitado o dificultado la implementación de la solución tecnológica propuesta inicialmente por el proyecto?

[Acceso a expertos en el área dentro de la agencia ejecutora/cliente, Interés por parte de expertos en la industria o académicos externos a la agencia ejecutora/cliente]

Otros. ¿Cuáles?

En Paraguay existe un interés muy alto en bootcamps de programación, y en cierta forma las empresas de tecnología tienen sus propios programas de formación internos denominados bootcamps donde entrenan al talento contratado. Sin embargo, las empresas mencionan que formar talento no es su objetivo principal y les desvía de su negocio. Es por eso que las mismas están muy interesadas en la metodología y el curriculum del proyecto y en validar si realmente los graduados pueden desempeñarse exitosamente como programadores en tan poco tiempo. Gracias a ese interés estamos recibiendo un gran apoyo de las empresas en el programa y colaboran con su expertise, a través de charlas, talleres y mentorías. Por otro lado, conversamos con Laboratoria y otras iniciativas similares para aprender de sus experiencias y construir sobre sus aprendizajes. Estas conversaciones nos ayudaron a desarrollar mejores metodologías y procesos.

4. Resultados de Desarrollo (Cuantitativo)

4.0 ¿Su proyecto ha contribuido a alguno de los siguientes indicadores durante los últimos 12 meses (el año pasado)?

[4.2. Empleos Directos Generados por el proyecto o financiamiento, 4.3. Hogares/Personas con condiciones de vida mejoradas]

4.2. Empleos directos generados por el proyecto o financiamiento. ¿Cuántas personas fueron empleadas directamente como resultado del proyecto financiado por BID Lab?

Total

7

Empleos creados: número de hombres

1

Empleos creados: número de mujeres

6

4.3. Número de hogares/Personas con condiciones de vida mejoradas

[Personas]

4.3.1. Total

110

Hogares dirigidos por hombres

57

Hogares dirigidos exclusivamente por mujeres

52

4.3.3. Señale qué indicador de la matriz de resultados se relaciona con su respuesta, o cómo ha calculado este número.

Número de jóvenes que accedieron a la capacitación a través de los mini bootcamps y bootcamp internacional

4.3.4. Por favor, seleccione el tipo de beneficio.

[Mejor acceso a la educación]

4.5. Fuente de Datos

4.5.1. ¿Qué tipo de fuentes de verificación ha utilizado para informar los datos que proporcionó en esta sección? (Por favor, seleccione todas las respuestas válidas).

[Encuestas, Información administrativa]

5. Resultados de Desarrollo (Cualitativo)

5.1. Población objetivo identificada en el diseño

¿Se está llegando a la población objetivo que se identificó en el diseño? Seleccione la población objetivo realmente alcanzada por el proyecto que se identificó originalmente en el diseño del proyecto.

[Mujeres, Población pobre/vulnerable /bajos ingresos]

5.2. Población atendida NO Identificada en el diseño

5.2.1. Seleccione si hay Grupos que NO fueron identificados originalmente en el diseño del proyecto pero que están siendo atendidos en la fase de ejecución.

[Ninguno]

5.3. Factores Facilitadores u Obstaculizadores

5.3.1. ¿Qué factores han afectado (facilitado o dificultado) el alcance de estos grupos, o la resiliencia/impactos ambientales, en los números/dimensiones que el proyecto tenía previsto originalmente?

[Demanda por el producto/servicio (necesidades del mercado), Interés de clientes/usuarios/beneficiarios, Comunicar a los clientes/usuarios/beneficiarios las ventajas de los productos ofrecidos]

5.3.2. Explique en detalle ¿cómo estos factores han afectado la capacidad del proyecto para llegar a los grupos (o lograr resiliencia/impactos ambientales) en los números/dimensiones originalmente esperados?


Primero, existe una demanda e interés muy alto en aprender a programar o en tecnología en general. Esto fue comprobado al recibir más de 500 postulaciones en un solo Departamento del país. También ayudó que la campaña de comunicación fue efectiva y cumplió con su función de lograr un número alto de postulantes. La campaña se basó en mostrar algunas de las opciones laborales que se pueden acceder al aprender a programar. El lema de la campaña fue "Aprender a programar abre las puertas a un mundo de oportunidades" y notamos que tuvo una gran aceptación. La palabra oportunidades resuena mucho entre los jóvenes. Sin embargo, un programa tan intensivo como el bootcamp de programación no es fácil y requiere de mucho esfuerzo, dedicación y pre saberes. Se debe trabajar más en explicar mejor sobre los requisitos y dedicación dentro del programa para lograr una mayor cantidad de postulantes potables.

INDICADORES

 Superado  Logrado  Pendiente  En proceso  Atrasado

C1: Sensibilización y creación de ecosistema

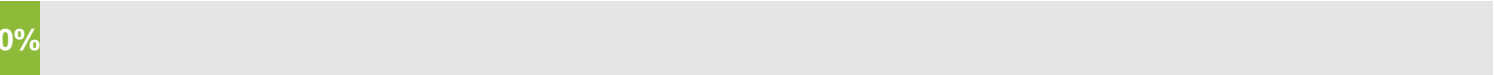
Peso: 13% Calificación: Satisfactorio

0%			
Indicadores	Planeado	Logrado	Estado
I1 Campañas de comunicación creadas con enfoque de género y en ejecución	5 (2025-01-13)	1 (2022-09-06)	
I2 Acuerdos institucionales con el MITIC, Ministerio del Trabajo, Secretaría Nacional de la Juventud, SINAFOCAL, gobiernos locales, universidades,	10 (2024-01-13)	5 (2023-02-09)	

	telefónicas, entre otras.			
I3	Número de eventos, talleres, encuentros entre los actores del ecosistema de talento digital, innovación y emprendimiento	30 (2025-01-13)	5 (2023-02-09)	
I4	Número de jóvenes que postulan a todos los bootcamps	2300 (2025-01-13)	522 (2022-09-30)	

C2: Implementación de los modelos de bootcamp e inserción laboral

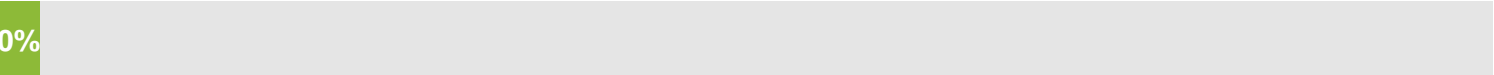
Peso: 63%Calificación: Satisfactorio



	Indicadores	Planeado	Logrado	Estado
I1	Número de cohortes realizados con el mini bootcamp	25 (2025-01-13)	4 (2022-11-07)	
I2	Porcentaje de jóvenes que reciben incentivos adicionales para acceder a los cursos, sobre el total de jóvenes participantes en bootcamp internacional	30 (2025-01-13)		
I3	Número de cohortes realizados con bootcamp internacional	7 (2025-01-13)	1 (2023-02-09)	
I4	Número de cohortes realizadas por el bootcamp local (instituido en la Fundación CIRD)	1 (2025-01-13)		
I5	Porcentaje de jóvenes que concluyen los bootcamps sobre el total de personas que se registran en las mismas.	90 (2025-01-13)		

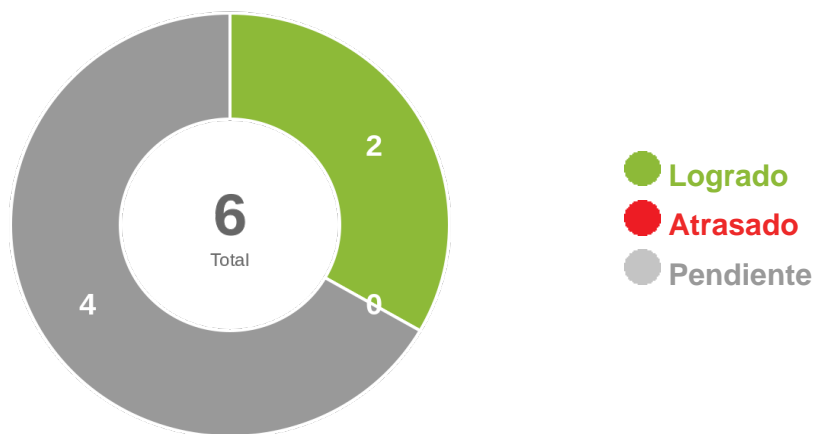
C3: Sostenibilidad de los modelos de negocios de los bootcamps, generación de result

Peso: 8%Calificación: Satisfactorio



	Indicadores	Planeado	Logrado	Estado
I1	Transferencia del CIRD a actor local para replicar fuera de Itapúa	1 (2025-01-13)		
I2	Alianzas con instituciones de crédito y otras organizaciones interesadas en financiar a jóvenes participantes en los bootcamps	3 (2025-01-13)		
I3	Plan de negocios del bootcamp local diseñado	1 (2024-01-13)		
I4	Productos de conocimiento generados	2 (2025-01-13)		

HITOS



Hitos	Valor Logrado	Fecha Vencimiento	Fecha Lograda	Estado
*Condiciones Previas / Prior Conditions	1	2022-07-13	2022-04-21	✓
*Jóvenes sensibilizados a través de campaña de comunicación y eventos	1000	2022-12-15	2022-12-15	✓
*Estudiantes graduados del primer cohorte del bootcamp internacional	20	2023-06-30		...
*Cartas de compromiso de instituciones públicas y empresas privadas	10	2023-12-15		...
*Bootcamp internacional desarrollados	5	2024-06-30		...
*Bootcamp local con estándares internacionales instalado y en funcionamiento	1	2024-12-15		...