

REPORTE DE ESTADO DE PROYECTO (PSR)

07/01/2022 - 12/31/2022 - PSR-09458

SÍNTESIS DEL PROYECTO

Número de Operación

RG-T3510

Número de suboperación

ATN/ME-17695-RG

Nombre del proyecto

Digital Transformation with Inclusion in Latin America: Peru, Brazil, Chile, and Mexico

Lider de equipo:

Hilda Elizabeth Minaya Fernandez

Agencia ejecutora

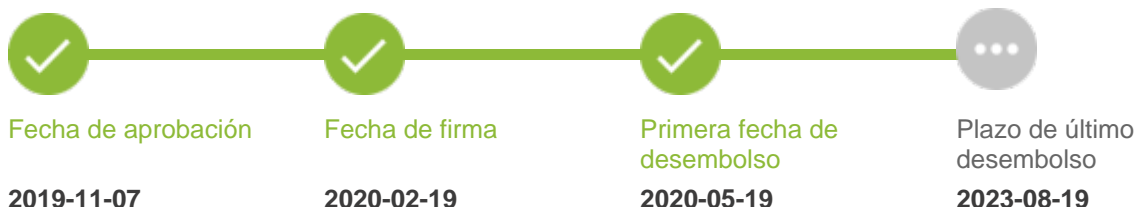
Laboratoria

Proposito

Preparar para que avancen en sus procesos de transformación digital con un compromiso por la diversidad e inclusión, y abrir oportunidades laborales a mujeres, jóvenes de bajos ingresos y/o sin títulos universitarios en Perú, Mexico, Chile, Brasil Colomb



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?

El riesgo más grande que tenemos identificado son las altas tasas de inflación, y un riesgo real de recesión durante 2023. Esto, junto con contextos políticos retadores en varios países donde trabajamos, puede llegar a afectar la velocidad de contratación de las egresadas del bootcamp. Laboratorio está entrando a un proceso importante de escalamiento, y por lo tanto estamos haciendo un esfuerzo significativo de entender el mercado y mapear las mejores oportunidades para las egresadas una vez que concluyan el bootcamp.

1.2. Mayor Logro o Fracaso

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

Durante el último semestre ha habido un avance fuerte en el desarrollo de un nuevo foco de negocio de nuestros cursos corporativos, priorizando el uso de las herramientas no-code o low-code. Esto abre la posibilidad de acompañar a colaboradores quienes no necesariamente tienen un perfil tecnológico, particularmente en un ambiente corporativo, para que aprendan a automatizar tareas y contribuir a procesos más ágiles. A través de la plataforma, las personas desarrollan habilidades digitales haciendo proyectos de automatización de forma autónoma, que a su vez generan ahorros de tiempo y dinero para el negocio. De esta manera, no estamos impactando solo a las personas que pasan por el programa, sino a todas las personas dentro la organización. Con mucho orgullo les compartimos que a través de este programa, ya hemos impactado a 1463 empresas y hemos llegado a más de 6,000 personas en empresas en América Latina. Por otro lado, el segundo semestre de 2022 fue una etapa importante para la consolidación y crecimiento de nuestro equipo de B2B Growth Marketing. Su trabajo ha sido clave en poder crecer nuestra red de empresas que contratan a egresadas del bootcamp por primera vez, y lograr fidelización de aquellas que ya conocen el talento de egresadas de Laboratorio. A mediados de 2022, definimos la especialización y división de cargos de equipo generando un rol de Inbound Marketing y de Events & Comms coordinator y a finales del año se unió una pasante del equipo en Brasil para seguir fortaleciendo nuestra presencia en ese mercado. Adicionalmente, este equipo comenzó a experimentar con herramientas descargables, que proporciona recursos a empresas que buscan contratar talento diverso y mejorar prácticas de sus empresas relacionadas a diversidad de inclusión. Los recursos cubren temas como “Estrategias para construir una cultura de diversidad e inclusión en tu equipo de tecnología” y “10 tendencias que lideran la industria tech en Latinoamérica.” De esta manera, no solo estamos produciendo contenido útil para empresas, pero también podemos entrar en conversación con sus representantes y generar un vínculo. También tenemos espacios como los Talk Shows, un newsletter y posts frecuentes en LinkedIn. Todo este trabajo ha permitido mantener y fortalecer nuestro sistema online de captación de vacantes - nuestra nueva landing de talento. De las visitas que recibimos en esta landing, vemos una conversión a leads del 4.9% - un porcentaje alineado con el benchmark de industrias parecidas. De estos leads, 68% tienen intención de contratar, y 45% genera vacantes. Tenemos aún un camino importante para recorrer para seguir mejorando esta herramienta. Sin embargo, nos enorgullece poder reportar, que a lo largo de este proyecto, 1,256 egresadas han sido contratadas en roles de tecnología en 681 empresas. Finalmente en 2022 tuvimos la oportunidad de lanzar nuestro primer evento con empresas a nivel regional: nuestro Talent Fest Latam. Además de realizar nuestra tradicional hackathon en la que participaron 19 empresas, también agregamos un componente de congreso o summit para poder abrir el dialogo al rededor de la temática principal “El futuro de la tecnología es diversidad” y sub temáticas como “Diversidad, inclusión e innovación” y “Liderazgo femenino en tecnología” entre otros. A lo largo del evento, hubieron 7 espacios en vivo y 22 charlas pre-grabadas. Este evento, junto con otras experiencias a lo

largo del año, nos ha permitido llegar a más de 150 empresas a lo largo del proyecto y poco a poco ir contribuyendo a los procesos de cambio dentro de ellas.

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).

1. Es importante llegar a las personas correctas dentro de una empresa para poder impulsar cambios, y a su vez generar contrataciones de talento diverso. Mientras el trabajo que hemos hecho en el equipo de B2B Growth Marketing nos ha permitido llegar a tener un embudo sano, aún es crítico generar mayor base hacia perfiles de recursos humanos que tiene gran volumen de perfiles a nivel Latam. 2. Es importante entender el contexto detrás de leads generados que no se convierten en una contratación. Sería fácil enfocarnos en lo que ya está funcionando bien, pero vemos la importancia de tomar un paso más allá y tratar de subir la tasa de conversión de leads a vacantes cubiertas por talento de egresada de Laboratorio. 3. Puede ser valioso evaluar estructuras de tu equipo y probar formatos nuevos. En 2022 tomamos la decisión de separar nuestro equipo de Business Development y Employability a ser dos productos distintos. Esto va permitir un enfoque mayor en cada uno, y va permitir que cada área pueda mejorar el servicio que le brinda a sus distintos usuarios y usuarias. 4. Es importante seguir adaptando la oferta para poder agregar valor a distintos tipos de usuarios. En nuestros programas con PYMES y otras organizaciones logramos tener un formato de talleres que puede adaptarse para distintos tipos de organizaciones y según su contexto.

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?

Dado el cambio que hemos realizado durante este proyecto para que nuestro bootcamp se lleve a cabo en un formato completamente remoto, estamos posicionados como organización para implementar un estrategia de escalamiento durante los próximos 3 años. Nuestra meta es poder llegar a más mujeres en los países donde ya estamos, así como comenzar a explorar algunos nuevos mercados. Para lograr esto, estamos trabajando para implementar un modelo que logre capacitar a más mujeres, bajando nuestro costo para así poder mejorar nuestra sostenibilidad financiera. De igual manera, estamos fortaleciendo nuestros productos que generan ingresos para la organización así como nuestro trabajo de recaudación de fondos de nuestros donantes y aliados. Será importante el uso y mejora de nuestros productos de tecnología y seguir mejorando cómo la usamos no solo durante el bootcamp pero para el proceso de colocación laboral y captación de nuevos leads interesados en el talentos diverso de nuestra comunidad de egresadas. En 2020, 2021 y 2022 capacitamos a 407,598, y 645 mujeres respectivamente. Para 2023-25 buscamos que sean 800, 1150 y 1500 mujeres graduadas, manteniendo una alta tasa de colocación laboral.

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?

En 2022, tomando en cuenta los costos directos para capacitar y colocar a mujeres en trabajos en tecnología, vimos un costo por beneficiaria de alrededor de 5,400 USD. Junto con nuestro plan de crecimiento, y la meta de alcanzar economías de escala y mayor sostenibilidad financiera, esperamos ir reduciendo este costo para que en 2025 sea aproximadamente 3,500 USD por persona. Será un cambio gradual y de la mano de nuestra estrategia de fortalecimiento de nuestras fuentes de ingreso y donativos.

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?

[Visibilidad para usuarios/clientes/beneficiarios de las ventajas de la solución propuesta]

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 llegar a menos de 5 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)]

2.6. 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?

[N/A]

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?

[Menos de 2 veces el número de usuarios/clientes/beneficiarios previstos 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.)

Desde nuestros inicios, Laboratoria ha priorizado buscar la forma de mantener y mejorar nuestra sostenibilidad financiera. Una parte importante de este esfuerzo son las distintas iniciativas que creamos con empresas que puedan generar, a parte de un diálogo de valor, un

ingreso financiero para la organización. Este trabajo se realiza a través de nuestro equipo de business development, que en 2022 fue 72% sostenible. Nuestra meta es seguir subiendo este número, no solo en relación al equipo de business development específicamente, sino también a nivel organizacional. Estamos comenzando a implementar una estrategia de crecimiento de tres años, donde buscaremos que para finales de 2025, capacitemos a 1,500 mujeres en un año, y a su vez disminuyendo de forma significativa nuestro costo por egresada. En paralelo incrementamos nuestras fuentes de ingreso para alcanzar un 50% de sostenibilidad organizacional, y acercarnos más hacia 100% de sostenibilidad del equipo de business development.

3. Implementación

3.1. Factores Facilitadores u Obstaculizadores

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

[Choques externos que afectan a la economía en general (desastres naturales/recesión o crecimiento económico/etc.)]

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.

Después de varios años de efectos directos de la pandemia, continuamos viendo algunos retos de contexto de la economía de Latinoamérica así como un contexto político retador en varios de los países donde operamos. Hemos visto un incremento en la inflación, pero los salarios que reciben las egresadas, no necesariamente crecen a la par. Por otro lado, ha habido una desaceleración en el sector tecnológico en la región, y por lo tanto hemos visto que los tiempos de contratación se han alargado también. Sin embargo, los mismos retos confirman la oportunidad que tenemos desde Laboratorio de seguir preparando a mujeres para la economía digital y que puedan no solo transformar sus carreras pero también el sector de tecnología y contribuir al desarrollo de una economía digital más diversa, inclusiva y competitiva de latinoamérica.

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?

[Disponibilidad de datos]

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)?

[4.1. Número de empresas beneficiadas, 4.2. Empleos Directos Generados por el proyecto o financiamiento]

4.1. Número de empresas con desempeño de negocios o productividad mejorada.

Total

1461

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

Este número corresponde al indicador de empresas capacitadas (al menos 60% PYMES) en habilidades digitales en nuestra matriz de resultados. No tenemos la información desagregada por género.

4.1.3. ¿Qué tipo de servicios recibieron las empresas?

[No Financiero]

4.1.4. Por favor, seleccione cómo a través del proyecto se están beneficiando a estas empresas.

[Mejora de la productividad o el rendimiento empresarial (por ejemplo/mejora de las ventas/reducción de costes/mejora de la rentabilidad/rendimiento del capital/incremento de producción/productividad laboral)]

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

Total

1259

Empleos creados: número de mujeres

1259

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

Este número corresponde al indicador de mujeres y talento diverso empleadas en el sector de tecnología a raíz de nuestro trabajo de vinculación con la industria en nuestra matriz de resultados. Nos enfocamos solamente en mujeres dado el posicionamiento fuerte de Laboratorio en este segmento de la población y en esta tematica de sociedad.

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]

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.

[Población pobre/vulnerable /bajos ingresos, LGBTQ+, Migrantes y personas desplazadas, Emprendedores, PYMES, Mujeres, Población urbana / periurbana]

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.

[Afrodescendientes, Personas con discapacidad]

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?



[Cambios en la implementación del diseño original]

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?

Como hemos descrito en preguntas y reportes anteriores a este, un aprendizaje durante la ejecución de nuestro proyecto fue la importancia de tener el foco particular de nuestro trabajo bien definido. Es por eso que decidimos que el lugar donde podríamos seguir aportando valor, y con trabajo de calidad, es en la inserción de mujeres en el sector de tecnología. Hemos visto grandes resultados en cuanto al alcance que hemos tenido con empresas en la región (más de 1,100 han contratado una o más egresadas de Laboratorio), y buscamos que nuestro diálogo respecto a la diversidad e inclusión no se limite al tema de género. Si bien nuestro proyecto no necesariamente tiene estrategias concretas relacionadas a grupos como LGBTQ+, migrantes, afro-descendientes, etc. seguimos viendo una representación importante de estos grupos

dentro de la comunidad de egresadas. Al comenzar a implementar nuestro plan de crecimiento de los siguientes años, confiamos que también va incrementar el impact que tenemos en otros grupos sub-representados dentro del sector de tecnología.




INDICADORES

 Superado  Logrado  Pendiente  En proceso  Atrasado

C1: Impulsando la transformación digital en empresas

Peso: 20%





Calificación: Altamente Satisfactorio

100%			
Indicadores	Planeado	Logrado	Estado
I3 % de sostenibilidad financiera de Laboratorio	35 (2024-01-19)	35 (2022-12-31)	
I1 Curso de transformación digital enfocado a PYMES desarrollado	1 (2024-01-19)	1 (2020-07-23)	
I2 N de empresas capacitadas (al menos 60% PYMES) en habilidades digitales	208 (2024-01-19)	1463 (2022-12-31)	

C2: Propiciando la empleabilidad de mujeres en tecnología de manera escalable

Peso: 20%



Calificación: Altamente Satisfactorio



100%			
Indicadores	Planeado	Logrado	Estado
I3 Estrategia de posicionamiento del talento diverso en línea desarrollada e implementada	1 (2024-01-19)	1 (2022-09-06)	
I1 N de vacantes para talento diverso recibidas gracias al nuevo sistema de captación de leads	800 (2023-02-19)	1165 (2022-12-31)	
I2 Diseño y puesta en marcha de una Plataforma digital para insertar talento diverso al mercado de trabajo operativa	1 (2024-01-19)	1 (2022-07-05)	
I4 Desarrollo de un sistema tecnologico de captación de leads de vacantes para mujeres en el sector de tecnologia	1 (2021-02-19)	1 (2022-08-02)	

C3: Fomentar procesos de reflexión y cambios de mentalidad en torno a la contratación

Peso: 20%

Calificación: Altamente Satisfactorio

100%			
Indicadores	Planeado	Logrado	Estado
I1 Diagnóstico sobre el estatus de la inclusión y diversidad en el sector tecnológico desarrollado	1 (2021-02-19)	1 (2021-01-31)	
I4 Empresas que participan de una experiencia exploratoria en torno a susproceso de contratación de talento diverso.	20 (2024-01-19)	23 (2022-12-31)	
Empresas que participen en nuestras experiencias			

I2	de colaboración con talento diverso	70 (2023-02-19)	114 (2023-02-22)	
I3	Contrataciones a raíz de experiencias prácticas con talento diverso	40 (2023-02-19)	239 (2022-12-31)	

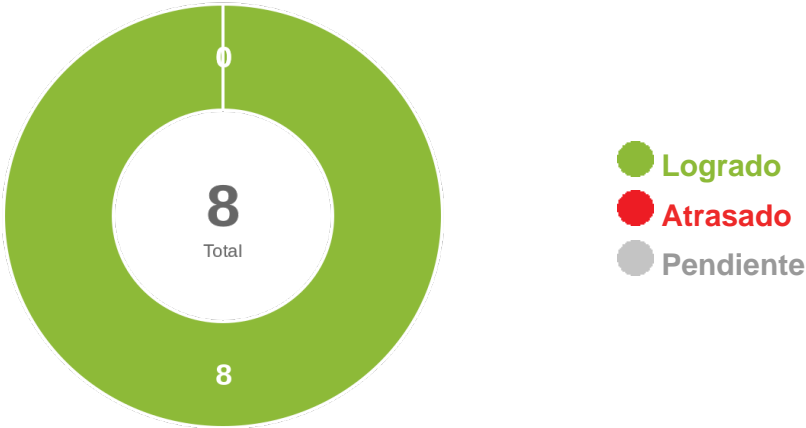
C4: Unidad ejecutora








Peso: 20% Calificación: Altamente Satisfactorio

C5: Auditorías, sistematización y evaluaciones

Peso: 20% Calificación: Altamente Satisfactorio

HITOS



Hitos	Valor Logrado	Fecha Vencimiento	Fecha Lograda	Estado
*CUMPLIMIENTO DE CONDICIONES PREVIAS	1	2020-05-05	2020-05-05	
*Curso de transformación digital enfocado a PYMES desarrollado	1	2020-07-31	2020-07-23	
*Conformación de las comunidades de práctica en cada país donde operamos	1	2021-01-31	2023-03-10	
*Diseño y puesta en marcha de plataforma de talento	1	2021-01-31	2021-01-14	
*Habilidades Digitales	800	2022-01-31	2022-01-28	
*Empresas Incorporan políticas en favor de la diversidad	50	2022-12-31	2023-03-10	
*Colocación de egresados en las empresas	1000	2023-03-31	2022-09-05	
*Pymes capacitadas	50	2021-07-30	2021-07-30	