

**PLAN DE OPERACIONES**  
**PROYECTO INDIVIDUAL DE LA FACILIDAD - RG-O1676**  
**LÍNEA DE ACTIVIDAD DE COOPERACIONES TÉCNICAS PARA LA EXPERIMENTACIÓN**  
**“CT PROTOTIPO”**

**DELEGACIÓN DE AUTORIDAD A LAS OFICINAS DE PAÍS<sup>1</sup>**  
**URUGUAY**  
**UR-T1271 y UR-G0004**  
**Información general**

<b>Título</b>	Somos Una: tecnología y colaboración contra la violencia de género		
<b>Agencia Ejecutora:</b>	Forlumen Corporation S.A. (Next2mylife)		
<b>Área temática:</b>	Servicios urbanos – Género		
<b>Beneficiarios del proyecto:</b>	4000 mujeres que descargan el aplicativo y se capacitan, 50 empresas y 30 organizaciones de la sociedad civil que forman parte de la comunidad de SomosUna		
<b>Financiación:</b>	Recuperación de inversión contingente BID Lab	US\$94.000	63%
	Cooperación técnica no reembolsable BID Lab	US\$56.000	37%
	Total, BID Lab	US\$150.000	49%
	Contrapartida	US\$155.100	51%
	<b>PRESUPUESTO TOTAL DEL PROYECTO:</b>	US\$255.100	100%
<b>Período de ejecución y desembolso:</b>	18 meses de ejecución y desembolso.		
<b>Objetivo:</b>	El objetivo del prototipo es probar una solución innovadora, que combina la tecnología, capacitación y generación de comunidad, para prevenir y apoyar a las mujeres víctimas de violencia basada en género.		
<b>Revisión de Impacto Ambiental y Social</b>	Esta operación fue examinada y clasificada según lo requerido por la política de salvaguardia del BID (OP-703) en la fecha 27 de enero de 2021. Dados los IMPACTOS Y RIESGOS LIMITADOS LA categoría propuesta para el proyecto es C		
<b>Equipo del proyecto</b>	Ana Castillo Leska (DIS/CUR); Carolina Carrasco (DIS/CCH), Paula Auerbach (DIS/CEC); Maritza Vela (LAB/SKI); Tetsuro Narita (LAB/INV); Cesar Rosales (LAB/DIS); Mara Balestrini (LAB/DIS); Beatriz Abizanda (IFD/ICS); Veronica Adler (HUD/CUR); Fermin Vivanco (LAB/DIS); María Laura Lanzalot (DSP/DVF) y Juan Pedeflous (FML/LAB)		
<b>Unidad responsable de desembolsos</b>	CSC/CUR		

<sup>1</sup> La delegación de autoridad para la aprobación de operaciones de prototipos de CT de hasta 150.000 dólares EE.UU. se establece en el marco del MIF-GN-123

## **I. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN**

### **A. Descripción del problema**

- 2.1. Tras casi dos años de pandemia, las consecuencias para las mujeres han sido desproporcionadamente negativas. La crisis ha demostrado que las mujeres son las más afectadas por el aumento del desempleo, la pobreza y la sobrecarga de cuidados no remunerados. Pero también aumentó “la pandemia en la sombra”, provocada por la violencia basada en género (VBG)<sup>2</sup>.
- 2.2. Uruguay no está exento del aumento de los casos de VBG. Datos del Instituto Nacional de la Mujer (INMUJERES, 2021) señalan que cada 13 minutos hay una denuncia por violencia de género. A su vez, dos de cada diez mujeres tienen miedo de salir a la calle. De acuerdo con los datos oficiales, más de ocho de cada diez mujeres (84.2%) del área metropolitana reportan ser víctimas de VBG en algún ámbito, mientras que en las localidades menores de 5.000 habitantes son seis de cada diez (60.3%). Asimismo, las consultas y pedidos de ayuda telefónica aumentaron un 80% en los primeros meses de declarada la emergencia sanitaria en Uruguay<sup>3</sup>.
- 2.3. Según los datos de la Segunda Encuesta de Prevalencia de la Violencia de Género (2020), el 77% de las mujeres uruguayas declaró haber vivido violencia de género en su vida (1.1 millones), de las cuales: 54% en espacios sociales, 37% en la infancia, 47% por su pareja o expareja y 21% en espacios públicos (calles, transporte, lugares de diversión, bares, clubes deportivos o servicios de salud). El trabajo desde el hogar también ha agudizado las condiciones de violencia a nivel de todos los estratos socio económicos. El tener que cumplir con obligaciones laborales combinado con una mayor carga familiar producto de la escolarización virtual, en condiciones de habitación no preparadas para este fin agravo también el problema.
- 2.4. La VBG es similar en todos los niveles socioeconómicos, pero tiene prevalencia en algunos grupos minoritarios como las mujeres afrodescendientes. El 86.1% de las mujeres afrodescendientes uruguayas vivieron alguna situación similar en algún ámbito frente al 75.1% de las no afro.
- 2.5. Los costos sociales y económicos de este tipo de violencia son enormes y tienen un efecto dominó en toda la sociedad. Las mujeres pueden llegar a encontrarse aisladas e incapacitadas para trabajar, perder sus ingresos, dejar de participar en actividades cotidianas y ver menguadas sus fuerzas para cuidar de sí mismas y de sus hijos.
- 2.6. En el país existen más de 80 organizaciones de la sociedad civil que trabajan por los derechos de las mujeres<sup>4</sup>. Según la Red Uruguaya de Violencia Doméstica y Sexual, unos 30 grupos y organizaciones se dedican a la prevención, atención, investigación y sensibilización en violencia doméstica y sexual. En su mayoría trabajan de una forma tradicional, y asistiendo de forma individual a la mayoría de las víctimas o personas que se acercan a pedir ayuda.

---

<sup>2</sup> <https://www.cepal.org/es/notas/la-pandemia-la-sombra-femicidios-o-feminicidios-ocurridos-2020-america-latina-caribe>

<sup>3</sup> <https://www.opendemocracy.net/es/5050/uruguay-pandemia-oculta-violencia-contra-las-mujeres/>

<sup>4</sup> <http://www.mapeosociedadcivil.uy/organizaciones/derechos-de-las-mujeres/>

- 2.7. A pesar del trabajo invaluable de estas organizaciones, los casos de violencia basada en género siguen persistiendo. Esto se debe entre otras causas, a:
- **Poca consciencia de las víctimas de violencia y su entorno.** Los sesgos culturales pueden inducir a que muchas mujeres víctimas de una situación de violencia no sean conscientes de que lo que están sufriendo es violencia, y su entorno tampoco lo es, limitándose las oportunidades para poder ofrecer una contención adecuada. Todavía hace falta mucho trabajo en la sensibilización o educación de la sociedad en su conjunto, que permita un mejor conocimiento de la situación de violencia de género, la detección temprana y la desnaturalización de las prácticas violentas.
  - **El vínculo entre ecosistema de provisión de ayuda y las mujeres que sufren violencia requiere mejoras.** Según un estudio realizado por la consultora Nómade, el 83% de las mujeres encuestadas que estaban en situación de violencia de género conocían los servicios de ayuda estatales. Sin embargo, a la hora de pedir ayuda, prácticamente 1 de cada 2 mujeres (46,7%) busca primero la ayuda de personas cercanas (amigos, familiares o vecinos), frente a 1 de cada 4 (26,7%) que acude a servicios formales, estatales o privados. Esto puede deberse a diferentes factores como el miedo al agresor y la vergüenza que sienten estas mujeres por sufrir violencia - ya que reconocerse como víctimas puede hacerlas sentir estigmatizadas -, por lo que muchas de ellas terminan acudiendo a su entorno cercano, donde encuentran un espacio más seguro para contar la situación. Existe, además, una percepción generalizada en muchas mujeres respecto que los sistemas de ayuda no logran resolver sus problemas, ya que en la mayoría de los casos están focalizados a resolver la violencia física, y consideran a la violencia psicológica como “no tan grave”, pero hay que recordar que casi el 80% de la violencia doméstica es de último tipo.
  - **No hay un ecosistema organizado entre las entidades de ayuda.** Las organizaciones y las entidades públicas que trabajan en torno a la VBG trabajan en forma aislada, diluyendo sus esfuerzos y la eficacia de sus acciones.
- 2.8. Lo cierto es, que, ante esta urgencia, se deben crear mecanismos innovadores y efectivos, que protejan a las mujeres víctimas de violencia y articulen una red de apoyo y acompañamiento que permita romper con este círculo vicioso.
- 2.9. La violencia basada en género es un flagelo presente en toda América Latina y el Caribe, que se ha profundizado con la pandemia de COVID-19. Desde BID Lab, y se ha estado en la búsqueda proactiva de soluciones que puedan ayudar en la prevención y apoyo a las mujeres víctimas de VBG.
- 2.10. En este proceso, y como parte de las interacciones del equipo de BID Lab con el ecosistema de emprendimiento, surge la oportunidad de poder potenciar a Next2mylife en la validación y perfeccionamiento de uno de sus nuevos productos “SomosUna”.
- 2.11. SomosUna, ha recibido apoyo financiero de la Agencia Nacional de Investigación e Innovación (ANII) para el desarrollo de: (i) una versión Beta de la aplicación; (ii) contenidos y diseño de las capacitaciones; y (iii) la formación de una red inicial de 100 voluntarios adheridos.
- 2.12. En el marco de este apoyo, SomosUna realizó una encuesta que respondieron casi 2.000 mujeres en sólo tres días, lo que demostró un alto nivel de interés en el tema. Una de las preguntas que se les hizo fue si entendían que hablar

entre mujeres sobre la violencia de género contribuiría a la solución frente a esta problemática. El 99% dio una respuesta afirmativa, y algunos de los argumentos fueron: "es necesario compartir vivencias para darse cuenta", "ayuda a concientizar situaciones cotidianas que muchas veces se normalizan", "ayuda a no sentirse sola", "ayuda a visibilizar el problema", "ayuda a comprender que una no está sola", "en un momento complicado encontré en otras mujeres un apoyo y ayuda."

## II. LA PROPUESTA DE INNOVACIÓN

### A. Descripción de la solución que se está probando

- 3.1. El objetivo del prototipo es probar una solución innovadora, que combina la tecnología, capacitación y generación de comunidad, para prevenir y apoyar a las mujeres víctimas de violencia basada en género.
- 3.2. Para dar cumplimiento a este objetivo, se validará técnica y comercialmente un nuevo producto dentro de la plataforma de [Helpers](#)<sup>5</sup>: el que se denominará "SomosUna".
- 3.3. SomosUna se caracteriza por la posibilidad de conectarse a través de un aplicativo que permite la comunicación efectiva entre pares y la construcción de redes de contención. También ofrece capacitaciones a todas las mujeres que se incorporan a la comunidad para entender y acompañar cada circunstancia de violencia de género. Esta tendrá tres pilares, basados en la experiencia previa de Next2mylife con Helpers: capacitación, tecnología y comunidad.
- 3.4. **Capacitación.** El objetivo de estas capacitaciones es sensibilizar y concienciar sobre la violencia de género en general, así como proporcionar herramientas de acompañamiento comunitario para superar la situación para todas las mujeres que se unan a la comunidad o red. La característica online y *on demand* de las capacitaciones permite mejorar el alcance y el acceso a este tipo de contenidos. La capacitación se organiza en módulos, cada uno está compuesto por diferentes tipos de contenidos: videos, presentaciones, texto, infografía y quiz. Los quiz están diseñados para realizar una evaluación formativa (de proceso de aprendizaje) y sumativa (del resultado del aprendizaje). Además, en la plataforma se puede monitorear el avance de cada persona, sabiendo digitalmente que porcentaje de avance en cada módulo. Al completar la totalidad del curso se entregará un certificado.
- 3.5. **Tecnología.** SomosUna utiliza la tecnología para gestionar la comunidad de voluntarias y la comunicación de forma eficiente. La solución incluye una aplicación móvil, que contiene tres funcionalidades que permiten gestionar la ayuda a las mujeres en diferentes circunstancias: (i) ayuda en situaciones de violencia de género en el espacio público, (ii) ayuda en situaciones de violencia doméstica no urgente, y (iii) grupos de conversación, moderados por una experta de la red. Por otro lado, en la app habrá un acceso a la plataforma de formación y una sección de información útil, con datos de contactos específicos de los sistemas de apoyo existentes, como la derivación y seguimiento

---

<sup>5</sup> Helpers es un desarrollo de Next2mylife focalizada en salvar vidas, y donde los usuarios recurren a otros miembros de la comunidad ante un posible accidente cardiovascular u otros incidentes. Mediante el uso de la aplicación Helpers, los usuarios pueden conectarse con voluntarios que viven en la zona para ayudarlo en una situación de emergencia.

posterior de parte de las clínicas de violencia de género instaladas en los diferentes prestadores de salud, y la potencialidad de interoperar con el Ministerio del Interior.

- 3.6. **Comunidad.** La solución se basa en la comunidad, en la voluntad de las mujeres, de acompañar a otras mujeres en situaciones de violencia de género. Trabajando en valores de empatía y sororidad, SomosUna crea una comunidad de apoyo para que ninguna mujer se sienta sola en estas situaciones. Para ello, se generará un mapa interactivo donde se pueda tener información a tiempo real de las organizaciones o instituciones que brindan apoyo ante esta situación.
- 3.7. Los tres pilares del modelo (tecnología, capacitación y comunidad), funcionan sinérgicamente hacia un fin común.
- 3.8. Esta iniciativa puede aportar data para el diagnóstico y la gestión de políticas públicas, como por ejemplo el análisis de cuáles son las barreras de acceso en las rutas institucionales o formales, ya que SomosUna hace foco en el espacio que hay entre las mujeres en situación de violencia de género y las instituciones. Asimismo, la data que se genere puede contribuir a mejoras por ejemplo en la gestión de espacios públicos, por ejemplo, identificando las zonas de las ciudades donde son más frecuentes las peticiones de ayuda para poder fortalecer la iluminación o la presencia policial.
- 3.9. Si bien inicialmente será sólo integrada por mujeres por un criterio de seguridad<sup>6</sup>, la idea será ir incorporando hombres de forma paulatina, ya que este flagelo acosa a toda la sociedad y los hombres deben ser también parte de la solución.
- 3.10. Analizando las dificultades o barreras que existen actualmente en el sistema de asistencia, la solución propuesta por SomosUna pretende colaborar en la educación y sensibilización, así como proporcionar apoyo comunitario a las mujeres que atraviesan situaciones de violencia basada en género.
- 3.11. **Modelo de negocio.** SomosUna estará integrado dentro de la solución de Helpers. Los ingresos provendrán de: ventas de suscripciones, capacitaciones y en tercer lugar de donaciones. En cuanto a los mercados, se trabajará, inicialmente, con los modelos B2B y B2C.
  - En el caso B2B, la principal fuente de ingresos, serán por ventas de suscripciones y capacitaciones. Por ejemplo, una empresa puede contratar la posibilidad de descargar SomosUna para sus empleadas y/o clientes o sólo el módulo de capacitación. El mercado objetivo inicial serán las más de 200 empresas que ya han adherido a las Principios de Empoderamiento Económico de la Mujer (WEPs), con empresas que tiene mayoritariamente mujeres en su staff o quienes ya sean clientes de Helpers<sup>7</sup>.

---

<sup>6</sup> En general se considera que este debe ser un espacio femenino para mitigar el riesgo que un agresor participe de la red, y porque existen evidencias que indican que es más fácil generar confianza a una mujer que está en situación de violencia basada en género si el acompañamiento lo recibe de una mujer.

<sup>7</sup> Hoy Helpers tienen 40 empresas pagando un subscription fee de US\$ 400 anuales y ha brindado formación a más de 400 empresas en los últimos 2 años.

- Para el caso del modelo B2C, la propuesta es un modelo de suscripción, donde se tenga un período de prueba gratuito. Pasado dicho lapso, se pasa a un *freemium*, donde parte de las funcionalidades son de acceso gratuito y el resto a través del pago de suscripción. En este sentido, en la encuesta realizada en abril de 2021 se consultó sobre la disponibilidad de pagar y el 83% de las encuestadas (1.631 mujeres) declaró que pagarían por mes una suscripción con montos que oscilan entre 2 y 8 dólares mensuales.
- 3.12. Los primeros pasos para validar el modelo y la propuesta de valor serán en Uruguay.
  - 3.13. **Innovación.** La propuesta es innovadora por el uso de tecnología, capacitaciones y comunidad adaptado a resolver la problemática de VBG.
  - 3.14. Si bien hay otras propuestas en el mercado que utilizan tecnología (Safe Up, App Elles, Safetipin)<sup>8</sup>, estas aplicaciones se enfocan en eventos puntuales, ya sea en pedidos de ayuda inmediatos o en ayuda en espacios públicos. El diferencial de esta solución es que se enfoca, además, en el acompañamiento a corto y largo plazo en violencia (sobre todo en violencia doméstica).
  - 3.15. A diferencia de lo que hacen hoy muchas organizaciones de la sociedad civil, en el caso de, SomosUna, el acompañamiento es escalable porque se incorpora la tecnología en la gestión y la comunicación.
  - 3.16. Asimismo, por las características del desarrollo, la solución tiene un altísimo potencial de generar datos y “data analytics” para la toma de decisiones internas y para proveer información a agencias públicas relacionadas con la temática de VBG. Para asegurarse que se cumplan con los Principios Digitales promovidos por el Grupo BID, todo el desarrollo se realizará siguiendo las guías de autoevaluación ética desarrolladas por fAIRLAC para startups lo cual es también un factor e innovación.
  - 3.17. Otro carácter relevante es la colaboración en la resolución de un problema cultural y social desde la propia sociedad y el sector privado. Es decir, la sociedad y el sector privado se involucra concientizando y generando acciones para la solución de sus propios problemas.

## **B. Descripción de los beneficiarios**

- 3.18. Las beneficiarias directas de esta intervención serán 4.000 mujeres en Uruguay, quienes tengan acceso a la aplicación, los contenidos de capacitación y la comunidad de SomosUna. A pesar de que es sabido que la VBG es transversal a todos los niveles socioeconómicos, se tratará de asegurar que por cada suscripción que lleve a una mujer de nivel socioeconómico medio y medio alto, se alcance a otra que no está en condiciones de poder costear el acceso a la misma, mediante un mecanismo de subsidios cruzados.

---

<sup>8</sup> Estas no están disponibles en América Latina

---

*Mariana trabaja como vendedora en una tienda de ropa en un Centro Comercial. Su horario de trabajo culmina a las 9 pm y todas las noches toma el transporte público para trasladarse hasta su barrio en el oeste de Montevideo. Camina unas 6 cuadras – poco iluminadas – hasta llegar a su casa. En el trayecto muchas veces se cruza con un grupo de jóvenes que se reúnen a beber y conversar en una esquina, y que en varias oportunidades les han hecho comentarios sobre su aspecto. Mariana tiene miedo. Por lo tanto, cuando los ve, cambia de trayecto para evitarlos. Tiene un código con sus compañeras de trabajo. Todas avisan en un grupo de WhatsApp cuando llegan a sus casas.*

---

- 3.19. Asimismo, se beneficiarán 50 empresas comprometidas con la igualdad de género, y al menos 30 organizaciones de la sociedad civil que trabajan en torno al tema de género y/o VBG que encontrarán en SomosUna otras alternativas de estrategias de intervención.

### III. LAS ETAPAS de ejecución del prototipo

#### A. Etapa de definición:

- 4.1. El objetivo de esta etapa es completar el diseño y la conceptualización del prototipo. Para ello se partirá del desarrollo del Beta y los contenidos de capacitación, ya financiados con recursos de ANII.
- 4.2. En esta etapa se financiará el desarrollo de una estrategia de ciberseguridad y manejo ético de datos y la adaptación de la capacitación para que pueda ser integrada al aplicativo y resulte atractiva para los usuarios.
- 4.3. Los productos esperados son: (i) estrategia de ciberseguridad y manejo ético de datos desarrollada, y (ii) contenidos de capacitación adecuados e integrados a la aplicación.

#### B. Etapa de implementación:

- 4.4. A los efectos de la implementación del prototipo se optará por el uso de metodologías ágiles, que permita aprender e ir iterando en la medida que se va avanzando. Se espera que esta etapa dure al menos 14 meses, que estarán divididos en 4 *sprints*.
- 4.5. Los diferentes *sprints* y sus entregables se detallan en la siguiente tabla<sup>9</sup>:

Sprint	Dimensión por resolver	Entregables
1	Visibilización de la problemática de VBG y acciones de sensibilización	Agenda de conversatorios mensuales sobre VBG y temáticas relacionadas.
2	“Upgrade” de la aplicación de SomosUna	Desarrollo en sistema operativo iOS UX comunitario realizado UX de contenido (contenidos en plataforma)

---

<sup>9</sup> Se desarrollarán en paralelo

		Capacitaciones integradas a la app Back-end y Front-end desarrollado e implementado Versión operativa lanzada.
3	Generación de comunidad/ecosistema con OSC, empresas privadas, gobierno y otros socios.	Plan Comercial y de comunicación diseñado. Evento de lanzamiento con empresas y gobierno ejecutado Mapeo interactivo de organizaciones. Primeras ventas realizadas.
4	Uso ético y seguro de datos e intercambio con hacedores de política pública.	Aseguramiento del uso ético de datos- a través de las directrices de fAIRLAC Estrategia de ciberseguridad implementada Procesamiento de data para una entidad pública

- 4.6. Del punto de vista metodológico, se irá a tiempo real recolectando data de los usuarios de SomosUna – tanto de las capacitaciones, encuentros como de la app - que sirva para que a lo largo del proceso se pueda realizar talleres de análisis de data y generación de lecciones para ir retroalimentando lo ya realizado.
- 4.7. Los productos esperados para esta etapa serán: (i) 20 conversatorios organizados sobre VBG; (ii) versión operativa lanzada en las *stores* de IOS y Android; (iii) informe realizado para una entidad pública; (iv) 1000 mujeres reciben aplicación mediante un mecanismo de subsidios; (v) 4000 mujeres descargan el aplicativo; (vi) 50 empresas pagan para que sus empleados y/o clientes tengan acceso a SomosUna; y (vii) 30 alianzas con organizaciones de la sociedad civil.

### **C. Etapa de Evaluación y Difusión de Conocimientos:**

- 4.8. El objetivo de este componente es apoyar en la recolección de aprendizajes y lecciones aprendidas y en la difusión de los conocimientos. Para ello, será clave el rol que desempeñará el Comité Asesor Externo<sup>10</sup> de SomosUna quien apoyará en el diseño de una estrategia de difusión de los resultados obtenidos y en oficiar de nexo con sus contactos tanto en el sector público como privado y la sociedad civil, para apoyar en el escalamiento de la solución y dar a conocer el conocimiento generado.
- 4.9. Para el logro de dicho objetivo, se prevé generar un mapa interactivo de organizaciones e instituciones relacionadas con las soluciones a la VBG, acciones de comunicación (incluidos eventos de diseminación) y la producción de materiales de comunicación.

---

<sup>10</sup> Ver 5.7



- 4.10. Como resultado de esta etapa: (i) 100 actores sensibilizados a nivel regional sobre la solución, y (ii) se documentará un taller regional en el que participarán *stakeholders* del proyecto.

#### **IV. AGENCIA DE EJECUCIÓN Y ARREGLOS PARA LA EJECUCIÓN:**

##### **A. Agencia Ejecutora**

- 5.1. Next2myLife (Forlumen Corporation) será el Organismo Ejecutor de este prototipo. Se trata de una empresa de impacto social, fundada en 2016 por Michael Rubinstein, con el propósito de construir la mayor red de solidaridad del mundo, donde todas y todos pueden formar parte. Su propósito es contribuir a la construcción de un mundo donde personas conectadas y capacitadas puedan ayudarse ante una emergencia física o emocional, mientras llega la ayuda profesional. La tecnología permite geolocalizar y convocar a personas de manera inmediata.
- 5.2. El fundador y CEO de Next2myLife, Michael Rubinstein es especialista en el desarrollo de comunidades y voluntarios capacitados en base a tecnología. Su producto “insigna” es Helpers, que está operativo en Argentina y Uruguay, con 70.000 usuarios, y usa los pilares de comunidad, capacitación y tecnología para prevenir las muertes provocadas por accidentes cardiovasculares y otras emergencias.
- 5.3. Next2mylife fue seleccionada por la Aceleradora 8200 Impact en Israel y ha levantado a la fecha inversión por US\$800.000. Su directorio está integrado por referentes en el área de tecnología, empresarial e inversión de impacto en Uruguay e Israel: Ariel Lijteinstein, Stephen Jakter, Ronnie Cabuli, Virginia Suarez, Milton Lubinsky, Lorena Muino y Michael Rubinstein.
- 5.4. Su reconocimiento en el medio local, la incorporación en el equipo de Macarena Botta - cofundadora de Brava Somos<sup>11</sup> - como Chief Engagement Officer y la ejecución del proyecto financiado por ANII que generó una red de 100 voluntarias, contenidos de capacitación y Beta del aplicativo, lo hacen un socio ideal para este prototipo.

##### **B. Mecanismo de Aplicación**

- 5.5. A los efectos de la implementación del prototipo, el equipo estará liderado por el fundador de Next2MyLife, junto con la Chief Engagement Officer, quien tiene larga experiencia y reconocimiento en el trabajo en temas de igualdad de género y ha sido fundadora de varios emprendimientos.
- 5.6. La Chief Engagement Officer oficiará de Coordinador del Proyecto. El equipo se complementará con un desarrollador, un especialista en comunicación, un ejecutivo comercial y el equipo de Next2myLife que dará apoyo administrativo y de operaciones.
- 5.7. A su vez, se creará un Comité Asesor Externo de SomosUna, que estará integrado por parte del Directorio de Helpers, especialistas en temas de VBG, hacedores de política pública, empresarios, y el propio BID Lab y Grupo BID, que tendrán una función de: (i) aconsejar sobre las decisiones estratégicas tomadas por el Directorio de Helpers; (ii) referenciar a potenciales aliados y a sus redes de contacto; (iv) analizar los resultados parciales obtenidos y; (v) dar retroalimentación a lo actuado, para futuras iteraciones de la solución de SomosUna

---

<sup>11</sup> <https://www.bravasomos.com/>

- 5.8. En el marco de este prototipo se realizarán las siguientes contrataciones para la etapa de Implementación:

Proveedor	Objetivo	Tiempo (meses)	Costo estimado US\$
Consultoría para upgrade tecnológico de la plataforma y app	Actualizar es mejorar la beta de SomosUna, integrarla a la plataforma de Helpers – y disponibilizarla en versión Android e IOS	12	94.000
Consultoría en comunicación, marketing digital y eventos de promoción	Crear contenidos y materiales para sensibilizar y capacitar en VBG/ Productos de comunicación,	6	30.000
Consultoría para ciberseguridad y uso ético de datos	Asegurar que un uso ético de datos, protección de datos personales y de autenticación.	4	10.500
Consultoría para el diseño de un mapa interactivo	Disponibilizar para los usuarios información sobre recursos e instituciones que conforman el ecosistema de apoyo a la VBG	3	7.000
Consultoría para adaptación de contenidos de formación e integración	Generar contenidos atractivos para la capacitación en aspectos vinculados a la VBG, usando gamificación y otros recursos	3	8.500

- 5.9. **Criterios Específicos para Prototipos de Tecnología Digital solamente.** Este prototipo se desarrollará teniendo en cuenta los Principios para el Desarrollo Digital que han sido respaldados por el Grupo BID. Específicamente ha sido seleccionado por la iniciativa fArlLAC como piloto para la aplicación de la herramienta de autoevaluación ética. Esto permitirá identificar oportunidades de mejora en el prototipo, a fin de asegurar la adopción ética y responsable de tecnología, el derecho a la privacidad de los usuarios y la protección de las poblaciones vulnerables a cualquier posibilidad de sesgo o discriminación

## V. ALINEACIÓN CON EL GRUPO BID, ESCALABILIDAD Y RIESGOS

### A. Alineación con el Grupo BID

- 6.1. Este prototipo está alineado con la **Visión 2025** del Grupo BID, en la cual se compromete a diseñar incentivos que promueven programas centrados en la igualdad de género y el empoderamiento de la mujer. Así como al **Plan de Negocios 2022-2023** de BID Lab que propone identificar áreas de experimentación para enfrentar los desafíos de género de la región, apoyando

soluciones innovadoras que contribuyan a disminuir las brechas o problemáticas existentes durante toda la vida de la mujer, incluyendo la violencia basada en género.

- 6.2. A su vez, se alinea con la **Estrategia del Banco en Uruguay 2021-2025**, que dentro del área estratégica “Gestión de los recursos públicos”, destaca el objetivo de mejorar la seguridad ciudadana con el fin de reducir los niveles de violencia de género.
- 6.3. Este prototipo también se encuentra alineado al **Marco Sectorial de Seguridad Ciudadana y Justicia**, que establece como área de intervención la prevención de la violencia y propone actividades para la prevención de la violencia intra familiar, la violencia sexual y la violencia de género, y con el **Marco Sectorial de Género y Diversidad**, que dentro de la Dimensión de Éxito 1 “Promover la igualdad de género de las mujeres y las niñas” destaca entre las líneas de acción “ampliar la voz de las mujeres mediante [...] el apoyo a la prevención, atención y reducción de la violencia contra la mujer, las niñas y los niños”.
- 6.4. El proyecto complementa la operación de préstamo UR-L1178 “Programa para la Igualdad de Género y el Empoderamiento de las Mujeres” (Promujeres), que prevén incrementar la capacidad de los servicios de atención del Sistema de Respuesta a la Violencia Basada en Género (SRVBG) del Instituto Nacional de la Mujer, para mujeres adultas, incluyendo las migrantes y las mujeres en situación de trata. Este es el primer préstamo en esta área que el Banco aprueba en la región. Este prototipo contribuirá al KPI de la operación de préstamo “Índice de mujeres atendidas por primera vez por el SRVBG”, al crear una comunidad que ayude a las mujeres, a que tengan herramientas para pedir ayuda y a tener más recursos humanos disponibles para la primera fase de asistencia.
- 6.5. Este ensayo contribuirá al ODS 5 “Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas”, particularmente con la 5.2 que busca eliminar todas las formas de violencia contra las mujeres.
- 6.6. En el diseño de este prototipo ha participado la división de ICS, específicamente el área de Seguridad Ciudadana y HUD. Ambas Divisiones han manifestado su interés en esta aplicación. En el primer caso, para complementar lo realizado en torno a la temática de violencia de género. Por otra parte, la seguridad en espacios públicos es también una preocupación de HUD. Se espera que las lecciones y aprendizajes de este prototipo puedan ser escalados por ambas divisiones.

## **B. Capacidad de escalación / Replicabilidad**

- 6.7. Al ser un producto que se basa en tecnológica como herramienta de comunicación entre pares, la propuesta es fácilmente escalable, ya que se basa en un aplicativo y una plataforma de contenidos “on demand”
- 6.8. La idea es que en esta fase se valide comercialmente la idea, generando tráfico de usuarios en Uruguay, flujo de ingresos y tracción, que le permita a la compañía atraer nuevas inversiones para expandirse a países más cercanos como Argentina o Chile<sup>12</sup>.
- 6.9. Por otra parte, hay un potencial mercado en el B to G (municipios, gobiernos subnacionales y otras agencias) que podrían querer desplegar este tipo de

---

<sup>12</sup> Se espera alcanzar a 500.000 mujeres en los próximos 5 años.

soluciones entre los ciudadanos y complementar hoy la información que reciben del sistema público, no sólo para aumentar la eficacia de sus acciones sino también para poder complementar la información que ya tienen (teniendo en cuenta que la mayoría de los delitos no se denuncian y están concentrados).

### C. Riesgos

- 6.10. Hemos identificado los siguientes riesgos para la implementación del prototipo: (i) protección de datos personal, autenticación de persona usuaria y la posible localización de las usuarias, y (ii) la adopción de parte del sector privado de esta herramienta. A los efectos de su mitigación, en el primero de los casos se dispone del conocimiento técnico del equipo de fAirlAC, así como recursos para contratar especialistas que logren una solución que sea segura y ética. Desde el punto de vista de la adopción, será clave el diseño del plan de comunicación y la adhesión de las primeras empresas, para que surja un efecto demostrativo entre pares.

### D. Condiciones especiales y excepciones

- 6.11. Este prototipo prevé la realización de cinco contratos, como excepción a lo establecido en el documento AT/MIF-1565.

## VI. PRESUPUESTO RESUMIDO

- 7.1. El proyecto tiene un coste total de US\$305.100, de los cuales US\$150.000 serán proporcionado por BID Lab y US\$155.100 por la contraparte.
- 7.2. La contribución de BID Lab se distribuirá entre un financiamiento para recuperación contingente para inversión (FRIC) por US\$94.000 y los restantes US\$56.000 como cooperación técnica no reembolsable (CTNR). Con estos recursos se financiarán los bienes públicos del proyecto, tales como acciones de comunicación, mapa interactivo de organizaciones, capacitaciones y la recolección de lecciones aprendidas y su disseminación.

Componentes	BID Lab FRIC	BID Lab CTNR	Contraparte	Total
Definición	0	19.000	0	0
Implementación	94.000	15.000	135.700	260.700
Evaluación y difusión de conocimientos	0	22.000	19.400	41.400
<b>Grand Total</b>	94.000	56.000	155.100	305.100
<b>% de financiación</b>	<b>31%</b>	<b>18%</b>	<b>51%</b>	<b>100%</b>

- 7.3. Condiciones para la recuperación contingente. A continuación, se detallan los principales términos y condiciones correspondientes al Financiamiento de Recuperación Contingente para Inversión de BID Lab.<sup>13</sup>

<sup>13</sup> Estos términos y condiciones son preliminares y están sujetos a modificación luego de negociaciones finales con el Organismo Ejecutor.

<b>Organismo Ejecutor</b>	Forlumen Corporation (Next2myLife)
<b>Objetivo</b>	Probar una solución innovadora, que combina la tecnología, capacitación y generación de comunidad, para prevenir y apoyar a las mujeres víctimas de violencia basada en género.
<b>Uso de los recursos</b>	Los recursos se emplearán principalmente para realizar las inversiones requeridas para la mejora de la aplicación y su experiencia de usuario
<b>Importe por financiar</b>	Hasta US\$94.000
<b>Período de ejecución y desembolso</b>	El plazo disponible para realizar los desembolsos será de 18 meses, contado a partir de la fecha en que se suscriba el acuerdo (la "Fecha Efectiva"). Todo monto que no se desembolse dentro de esos plazos será cancelado automáticamente. BID Lab debe realizar el primer desembolso, a más tardar, dentro de un plazo de seis (6) meses contados a partir de la Fecha Efectiva o se reserva el derecho, a su entera discreción, de cancelar el financiamiento.
<b>Mecanismo de desembolso</b>	Los recursos se liberarán hasta en dos desembolsos. El monto máximo del primer desembolso será de US\$70.000. Además de las condiciones previas correspondientes que se enuncian más abajo, para cada desembolso se requerirá que el Organismo Ejecutor cumpla todas las disposiciones contractuales a satisfacción de BID Lab.
<b>Condiciones previas al primer desembolso</b>	Adicionalmente a las condiciones previas especiales de la cooperación técnica no reembolsable, <sup>14</sup> se requerirá como condición previa al primer desembolso del financiamiento recuperación contingente la presentación de: (i) estados financieros auditados al 31 de diciembre de 2021 y (ii) un plan de inversiones actualizado.
<b>Condiciones previas al segundo desembolso</b>	(i) que el back office esté generando reportes, y (ii) que se hayan efectuado al menos 5 ventas a empresas
<b>Pagaré</b>	Las condiciones previas para cada desembolso incluirán la entrega de un pagaré a la orden (el "pagaré") emitido por Next2myLife por un monto igual a cada desembolso solicitado.
<b>Período de Contingencia</b>	El período de contingencia indica el plazo durante el cual Next2mylife está sujeta al repago del monto del FRCI desembolsado, e iniciará a los 24 meses de la fecha efectiva y por un período de 60 meses.
<b>Activación de la contingencia</b>	El reembolso del monto desembolsado dependerá del desempeño logrado.  Next2myLife iniciará los repagos a BID Lab en dólares de Estados Unidos de los fondos desembolsados bajo el Financiamiento de Recuperación Contingente para Inversión (el "Importe de Reembolso") empezando a los 24 meses de la Fecha Efectiva, y cuando se alcancen las 60.000 personas registradas en la app.

<sup>14</sup> Puede verse el detalle en el resumen ejecutivo del Proyecto.

<b>Mecanismo de pago</b>	Después de haberse activado la contingencia de reembolso, Next2mylife reembolsará el Importe de Reembolso a BID Lab en pagos semestrales que equivaldrán al 3% de las ventas brutas de Next2mylife (ingresos) por ventas (servicios) del semestre correspondiente, hasta que se reembolse en la totalidad del Importe de Reembolso.
--------------------------	---

## **VII. CUMPLIMIENTO DE LOS HITOS, ARREGLOS FIDUCIARIOS E INFORMES**

- 8.1. **Desembolso por resultados.** La AE se adherirá al desembolso estándar de BID Lab según los resultados establecidos en las "Directrices operativas para la gestión de hitos y la supervisión financiera para proyectos de cooperación técnica de BID Lab y PES" (actualizado en 2019). El monitoreo se llevará a cabo de acuerdo con las políticas de desempeño y gestión de riesgos (cumplimiento de hitos) establecidas en estas Directrices Operativas. Los desembolsos del proyecto dependerán de la verificación del logro de los hitos. Estos hitos se verificarán utilizando sus medios de verificación, que se acordarán entre la EA y el Laboratorio del BID. El logro de los hitos no exime a la EA de la responsabilidad de alcanzar los indicadores del marco lógico y los objetivos del proyecto.
- 8.2. **Supervisión de proyectos.** El proyecto estará asociado a la línea de actividad RG-O1676 en los sistemas del Banco. Será supervisado por el Especialista de Laboratorio del BID con sede en la Oficina de Uruguay del BID, y ejecutado en coordinación con el equipo de proyecto para RG-O1676.
- 8.3. **Adquisiciones.** El Organismo Ejecutor deberá contar con una política de adquisiciones de tal manera que las adquisiciones vinculadas al Proyecto se realicen a precios de mercado competitivos. Asimismo, deberá preparar un plan de compras y contrataciones (el "Plan de Compras y Contrataciones") aceptable para el Banco, que detallará los contratos de adquisición de bienes y servicios necesarios para la ejecución del Proyecto, incluyendo el costo estimado de cada contrato y los métodos propuestos para la adquisición de bienes y servicios, incluyendo servicios de consultoría. El Banco podrá pedir informes anuales de la ejecución del Plan de Compras y Contrataciones por el Organismo Ejecutor. La aplicación de las políticas de adquisiciones, los términos de referencia y contratos para la adquisición de bienes y servicios, el Plan de Compras y Contrataciones y su cumplimiento podrán ser revisados ex ante o supervisados por el Banco en forma ex post, a su discreción.
- 8.4. **Gestión financiera.** Los desembolsos se realizarán de conformidad con las Directrices de gestión financiera para proyectos financiados por el BID (OP-273-12) del 2 de julio de 2019 o futuras actualizaciones. El organismo ejecutor deberá mantener los datos financieros y los sistemas de control interno contable y administrativo aceptables para el Banco a fin de proporcionar la documentación necesaria para permitir la verificación por parte del Banco de las adquisiciones y gastos del Proyecto y facilitar la preparación oportuna de los estados financieros, presupuestos, e informes. El Banco se reserva el derecho de auditar todos los estados financieros, controles internos, adquisiciones u otros aspectos del Proyecto.
- 8.5. **Estados financieros.** El Organismo Ejecutor deberá preparar y mantener a disposición del Banco sus estados financieros anuales, los que deberán ser

certificados por un auditor externo aceptable para el Banco e incluir una nota referida al uso de los recursos de la Contribución y de los Aportes para el Proyecto. Los estados financieros deberán ser presentados al Banco dentro de los 90 días calendario siguientes al cierre de cada ejercicio. Junto con la entrega de los estados financieros anuales, el Organismo Ejecutor deberá presentar al Banco una certificación de integridad, transparencia y uso de fondos, de acuerdo al formato que se adjunta como Anexo B.

- 8.6. **Informes de Estado del Proyecto:** El Organismo Ejecutor es responsable de presentar una PSR al BID Lab dentro de los 30 días siguientes al final de cada semestre o con más frecuencia si lo requiere el BID Lab. El PSR debe incluir información sobre la ejecución del proyecto, los resultados obtenidos y la contribución a alcanzar el objetivo del proyecto tal como se presenta en la Matriz de Resultados (Anexo I) y otros instrumentos de planificación. Además, el documento debe incluir información sobre los desafíos encontrados durante el período de implementación y posibles rutas para abordar estos desafíos. Dentro de los 90 días siguientes a la finalización del período de ejecución, la Agencia Ejecutora presentará al BID Lab un PSR Final antes a la presentación de informes sobre los resultados clave obtenidos, un plan de sostenibilidad, una estrategia de ampliación y lecciones aprendidas.
- 8.7. **Coordinador del Proyecto:** La Agencia Ejecutora nombrará un Coordinador del Proyecto entre su personal existente. Los gastos relacionados con los costos de coordinación y / o administración del proyecto no son elegibles bajo la contribución del BID Lab, sino que dichos gastos deben ser financiados por la contribución de contraparte. El coordinador del proyecto tendrá la responsabilidad general de la gestión del proyecto, incluida la presentación de informes de resultados de proyectos, el seguimiento de los hitos y resultados y la coordinación con el BID Lab.

## **APROBACIÓN**

Este prototipo de cooperación técnica está recomendado y aprobado para su financiación en el marco de la Línea de Actividad de Prototipos de Innovación del BID Lab MIF/GN-123 (número de proyecto RG-O1676, número de documento MIF/AT-1565 y número de resolución MIF/DE-8/19).

Recomendado por:

Ana Castillo Leska

Fecha:4 de febrero de 2022

Aprobado por:

Matías Bendersky – Representante BID en Uruguay

Fecha:4 de febrero de 20