

Proceso de selección # PN-T1356-P001

TÉRMINOS DE REFERENCIA

Implementación del Proyecto de Empoderando a la Juventud a través de la Música y la Cultura

Panamá

PN-T1356

[Número de Cooperación Técnica]

[Enlace web con el documento aprobado]

Empoderando a la Juventud a través de la Música y la Cultura

1. Antecedentes y Justificación

- 1.1. La denominada economía naranja, impulsada por artistas, músicos, diseñadores y otros innovadores creativos, es un motor crucial del desarrollo social y económico de América Latina. La industria musical es una fuerza importante dentro de esta economía, que fomenta el intercambio internacional dentro y fuera de la región.
- 1.2. Los jóvenes de toda América Latina tienen un gran talento que podría contribuir a la economía naranja si vieran en ella un futuro. La región es rica en historias culturales diversas, así como en poderosos movimientos artísticos modernos. Sin embargo, existen muy pocas oportunidades para que los jóvenes se beneficien de la capacitación, el apoyo y la libertad imaginativa que necesitan para desarrollarse en los sectores creativos.
- 1.3. Los desafíos abundan. Los jóvenes vulnerables a la marginación económica, la violencia, las agresiones sexuales, los problemas de salud mental y la desigualdad educativa están especialmente excluidos de la economía naranja. Los formuladores de políticas, los educadores y los profesionales del desarrollo internacional creen a veces que invertir en música y artes es una frivolidad, sobre todo para las comunidades vulnerables que se enfrentan a graves problemas sociales y económicos. Cuando esta actitud persiste, la economía naranja se convierte en un espacio elitista que no refleja la rica diversidad de experiencias humanas de América Latina. En consecuencia, el arte se resiente. El crecimiento económico también se estanca.
- 1.4. En Panamá, la economía naranja ha emergido como un sector prometedor para impulsar el desarrollo social y económico. Con una rica diversidad cultural y una vibrante escena artística, el país cuenta con un potencial significativo para nutrir y expandir la economía naranja. Sin embargo, los desafíos son palpables. La falta de

- acceso a oportunidades educativas y de capacitación, especialmente para los jóvenes de comunidades marginadas, limita su participación en este sector emergente. Además, la percepción de que las inversiones en cultura y arte son secundarias frente a problemas sociales y económicos más urgentes ha obstaculizado el desarrollo de la economía naranja en el país. Superar estas barreras requerirá un enfoque integral que combine políticas educativas inclusivas, programas de apoyo para artistas emergentes y una mayor sensibilización sobre el valor económico y social de la creatividad y la cultura. Solo así Panamá podrá desbloquear todo el potencial de la economía naranja y garantizar que beneficie a toda su población, impulsando así el crecimiento económico y la inclusión social.
- 1.5. Ante esta situación la Fundación Puertas Abiertas de Erika Ender (FUNPAEE), creada en 2002, y el proyecto Talento con Propósito (TALENPRO) apoyan a la economía naranja en Panamá al brindar oportunidades de capacitación, mentoría y apoyo a jóvenes talentosos en los sectores creativos. A través de iniciativas como TALENPRO, FUNPAEE se enfoca en identificar y desarrollar el potencial de jóvenes artistas, músicos, diseñadores y otros innovadores creativos, proporcionándoles las herramientas y habilidades necesarias para tener éxito en la economía naranja. Esto incluye programas de capacitación en áreas como gestión empresarial, marketing digital, derechos de autor y propiedad intelectual, así como acceso a recursos y redes de apoyo.
 - 1.6. Otra iniciativa importante es la competencia musical de FUNPAEE que busca promover el talento y la creatividad en el ámbito musical, especialmente entre los jóvenes. FUNPAEE anuncia la competencia a través de diversos canales, como redes sociales, medios de comunicación y asociaciones locales. Invita a músicos aficionados y profesionales a participar en la competencia. La competencia puede tener varias rondas o fases, dependiendo del formato y la duración del evento. Esto puede incluir audiciones preliminares, semifinales y una gran final. Durante cada fase de la competencia, los participantes tienen la oportunidad de presentarse en vivo ante el público y los jueces. Pueden interpretar canciones originales o versiones de canciones populares, mostrando su talento y habilidades musicales. La competencia ha sido reconocida en el Libro Guinness de los Récords como "La competencia de proyectos de desarrollo social global más grande."

2. **Objetivos**

- 2.1. El objetivo de esta consultoría es fortalecer el sentido de identidad cultural de los jóvenes panameños y promover su participación activa en la sociedad, utilizando la música y la cultura como herramientas para el desarrollo personal, social y académico.

3. **Alcance de los Servicios**

- 3.1. El alcance de la consultoría es de inscribir a mil estudiantes en TALENPRO, beneficiar a 3,000 con el servicio social estudiantil y capacitar a 600 estudiantes.

4. **Actividades Clave**

- 4.1. *A continuación se presentan las actividades principales del Componente I de la consultoría. Para alcanzar la meta de 1,000 Estudiantes con talentos artísticos se inscriben en el Concurso Intercolegial de Talenpro:*
- *Gira a 50 colegios para promover y motivar a 30,000 estudiantes de 11° y 12° a reconocer y expresar sus talentos artísticos participando en Talenpro con enfoque en la población indígena y afro-descendiente;*
 - *Promoción de Talenpro para población indígena y afro-descendiente en medios televisivos y redes sociales*
- 4.2. *Para alcanzar la meta de 1,000 Jóvenes artistas inscritos, fortalecen sus destrezas artísticas, creativas y de planificación en emprendimientos culturales:*
- *Producción de 12 tutoriales: 3 por cada categoría Composición musical, interpretación, coreografía y producción audiovisual*
 - *Concursos regionales, uno por cada zona geográfica del país.*
 - *50 Sesiones (11 días) de entrenamiento técnico, y desarrollo personal para los 45 artistas finalistas*
 - *Filmación y edición de presentaciones.*
- 4.3. *A continuación, se presentan las actividades principales del Componente II de la consultoría. Para alcanzar la meta de capacitar a 600 estudiantes:*
- *Convocatoria y organización de Brigadas estudiantiles en 12 Centros Educativos, donde estudian los artistas finalistas, en coordinación con el Ministerio de Educación.*
 - *Compra de materiales, equipo y material didáctico para las brigadas*
 - *Trabajo de brigadas en dos escuelas en dos jornadas de 8 horas cada una, ejecutadas por los estudiantes y artistas que realizan la labor social estudiantil*
 - *Giras de supervisión y acompañamiento a nivel nacional.*
 - *Evaluación de las Brigadas estudiantiles*
 - *Filmación y edición de las jornadas de trabajo, perfiles de concursantes y testimoniales de los beneficiarios*
 - *Elaboración de Memoria de la Cooperación Técnica*
 - *Contratación de facilitadores*
 - *Implementación de 36 jornadas de Capacitación en educación socioemocional en 12 centros educativos, en horario escolar. (3 jornadas por centro)*
 - *Identificación de las necesidades de las escuelas en las que se desarrollará el servicio social.*

- *Planificación de 12 proyectos por parte de los estudiantes, en beneficio de escuelas de educación inicial y primaria.*
- 4.4. Para alcanzar la meta de beneficiar a 3 mil estudiantes con servicio social:
- *Compras menores de equipo y material didáctico para el servicio social;*
 - *Reparación de escuelas en dos jornadas de 8 horas cada una, ejecutadas por los estudiantes y artistas que realizan la labor social estudiantil.*
 - *Giras de supervisión y acompañamiento a nivel nacional.*
 - *Evaluación de las Brigadas estudiantiles*
 - *Filmación y edición de las jornadas de trabajo, perfiles de concursantes y testimoniales de los beneficiarios*
 - *Elaboración de Memoria de la Cooperación Técnica*

5. Resultados y Productos Esperados

5.1. *Estos son los resultados esperados de la consultoría:*

- 1.a 1,000 Estudiantes con talentos artísticos se inscriben en el Concurso Intercolegial de Talenpro, como resultado de la promoción en medios y en colegios
- 1.b. 1,000 Jóvenes artistas inscritos, fortalecen sus destrezas artísticas, creativas y de planificación en emprendimientos culturales
- 2.a 600 Estudiantes capacitados, fortalecen su autoestima y mejoran sus habilidades de comunicación, trabajo en equipo, y planificación de proyectos comunitarios
- 2.b 3,000 Niños y niñas que asisten a 12 escuelas primarias de zonas carenciadas benefician del servicio social estudiantil

5.2. *Estos son los productos esperados para el resultado 1.a:*

- *Informe de jóvenes estudiantes inscritos en Talenpro, incluyendo la población afro e indígena*
- *Documentación filmica y fotográfica de la gira promocional*
- *Producción de 4 cuñas televisivas y radiales*

5.3. *Estos son los productos esperados para el resultado 1.b:*

- *Informe sobre 15 tutoriales de educación artística, para perfeccionar talentos en las 4 categorías.*
- *Informe y Documentación filmica y fotográfica de los 3 concursos regionales.*
- *Informe del campamento de entrenamiento técnico (bootcamp)*
- *Videos de las 12 presentaciones de los artistas finalistas*

5.4. *Estos son los productos esperados para el resultado 2.a:*

- *Registro de estudiantes capacitados en educación socioemocional*

- 12 proyectos de servicio social presentados por los estudiantes
- 5.5. *Estos son los productos esperados para el resultado 2.b:*
- *Reporte de Número de escuelas y espacios intervenidos*
 - *Documentación fotográfica de las aulas y espacios de deporte y recreación y otros, intervenidos*
 - *Informe de evaluaciones las brigadas (los grupos de 50 estudiantes que intervienen una escuela).*
- 5.6. *La Política del Banco GN-2765-4 no permite la adquisición de bienes y servicios relacionados, excepto cuando dichos bienes y servicios relacionados son necesarios para alcanzar los objetivos del Trabajo Operativo ejecutado por el Banco y se incluyen en el contrato de servicios de consultoría y representan menos del diez por ciento (10%) del valor del contrato de servicios de consultoría.*

6. Calendario del Proyecto e Hitos

- 6.1. Los servicios de consultoría se deben concluir en un periodo de 20 meses:
- *Workplan: un mes después de la firma del contrato*
 - *Productos 1.a: 5 meses después de la firma del contrato*
 - *Productos 1.b: 8 meses después de la firma del contrato*
 - *Productos 2.a: 15 meses después de la firma del contrato*
 - *Productos 2.b: 25 meses después de la firma del contrato*

7. Requisitos de los Informes

- 7.1. *Los informes se presentarán en español de forma electrónica.*

8. Supervisión y Criterios de Aceptación de los Informes

- 8.1. *La empresa deberá reportar al Especialista Principal Emma Näslund-Hadley, SCL/EDU emman@iadb.org + 1 (202) 623-1071, quien definirá el programa de trabajo específico, evaluará los productos, aprobará y hará comentarios o solicitará ajustes, cuando sea necesario. Es responsabilidad de la empresa garantizar la entrega de los productos según el cronograma definido y estar presente en las reuniones programadas o solicitadas por el Especialista.*

9. Calendario de Pagos

- 9.1. Las condiciones de pago se basarán en los hitos o entregables del proyecto. El Banco no espera hacer pagos por adelantado en virtud de contratos de consultoría a menos que se requiera una cantidad significativa de viajes. El Banco desea recibir la propuesta de costos más competitiva para los servicios descritos en el presente documento.
- 9.2. La Tasa de Cambios Oficial del BID indicada en el SDP se aplicará para las conversiones necesarias de los pagos en moneda local.

Plan de Pagos	
<i>Entregables</i>	%
1. Plan de trabajo	10%
2. Productos 1.a	20%
3. Productos 1.b	20%
4. Productos 2.a	20%
5. Productos 2.b	20%
TOTAL	100%