



**Empresa:**

Ricardo Perez

**Proyecto:**

“Movemos la Imaginación: Concurso Dibuja el Auto de tus Sueños” ¡12 años impactando en la cultura y el arte en Panamá!

**Categoría:**

Social

image.pngimage.png

# **Bloque 1.**

## **Presentación del programa.**

Establecer el programa a postular: Identificar el programa que la empresa desea postular y la categoría que corresponde al mismo según los criterios ASG (Ambiente, Social y Gobernanza) y su contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible ODS y sus metas. En esta etapa usted debe ofrecer de forma precisa la siguiente información:

### **1. Nombre del programa:**

“Movemos la Imaginación: Concurso Dibuja el Auto de tus Sueños” ¡12 años impactando en la cultura y el arte en Panamá!

### **2. Perfil de la empresa:**

Ricardo Pérez es una empresa panameña con casi 70 años impulsando el crecimiento del país con soluciones de movilidad. Como distribuidor autorizado de Toyota Motor Corporation, nuestro propósito es ser el impulso que mueve a Panamá para potenciar el crecimiento de su gente.

### **3. Descripción y propósito/objetivos del programa:**

“Dibuja el Auto de Tus Sueños”, ha sido implementado por Ricardo Pérez durante 12 años, es un espacio de participación para la niñez, de todas las regiones del país, dividido en 3 categorías (4-7 / 8-11 / 12-15 años). Promueve el desarrollo de habilidades artísticas y la apreciación del arte en los niños, invitándoles a pensar y a plasmar sus ideas innovadoras en un dibujo sobre cómo la tecnología y la sostenibilidad pueden influir en el diseño de automóviles y en la movilidad de las personas. Desde la Gerencia se articula con todas las sucursales y con más de 10 aliados con alcance nacional. Se coordina y suministran materiales gestionados por la empresa y sus voluntarios, para que los niños pueden dibujar y compartir sobre el futuro de la movilidad, en un espacio que visibiliza y comparte sus inquietudes sociales. Los ganadores son seleccionados por su creatividad, originalidad y calidad artística, reconocidos en una ceremonia con exposición de dibujos en diferentes espacios públicos. Los ganadores nacionales participan en el concurso mundial de Toyota. Objetivo: Fomentar la creatividad, innovación y conciencia sobre movilidad sostenible en las nuevas generaciones, a través de un concurso artístico que integre principios ambientales, sociales y económicos.

### **4. Fecha de inicio y en qué etapa está el programa:**

Movemos la Creatividad: Concurso Dibuja el Auto de Tus Sueños, inició en Panamá en el año 2012, ha propiciado la restitución del derecho de los niños,

niñas y adolescentes a ser escuchados, a expresar sus inquietudes sociales y su visión de un país más sostenible, equitativo y justo. El programa se realiza todos los años, y actualmente se encuentra en una etapa avanzada de consolidación, recibiendo 3,000 dibujos por año, lo que ha permitido tener participación de representantes de todas las regiones del país, incluidas las comarcas indígenas. Hoy en Ricardo Pérez, S.A., nos avocamos a sistematizar las experiencias de estos 12 años, para potenciar la plataforma de exposición de un grupo de interés tradicionalmente excluido de los diálogos sobre sostenibilidad y comportamiento socialmente responsable

### **5. Razón por la cual se postula el programa en la categoría seleccionada (ASG):**

Postulamos a la categoría Social porque el programa está focalizado en un grupo de interés externo, socialmente vulnerable, ampliamente representativo (26% la población en Panamá), facilitando para ellos un espacio de participación ciudadana, expresión de pensamiento crítico, innovación, cumplimiento y visibilización de derechos humanos. Es una herramienta de consulta permanente que aporta valor al negocio desde la concepción de ideas, sentimientos e inquietudes que contribuyen a fortalecer el relacionamiento externo, la reputación y la innovación en el negocio.

### **6. Explicar cómo el programa está alineado a la ISO 26.000 u otros estándares internacionales:**

"Dibuja el Auto de Tus Sueños" es una herramienta de relacionamiento estratégico que, al alinearse con ISO 26000 y ODS, genera valor compartido para la empresa y la sociedad. Refuerza la licencia social para operar, fortalece la reputación, la vinculación con grupos de interés y la sostenibilidad del core business de Ricardo Pérez S.A. como distribuidor de Toyota.

1. La Alineación con ISO 26000 tiene su enfoque en 4 Áreas Clave: a) Gobernanza y Derechos Humanos (Principio 2) - Es un espacio de Participación Infantil: Respetar los derechos de la niñez (Art. 12 de la Convención de los Derechos del Niño) al darles voz creativa. b) Prácticas Laborales y Desarrollo Comunitario (Principios 4 y 5) - Vinculación con empleados: involucra e integra a colaboradores en un esquema de voluntariado corporativo como promotores y gestores culturales, reforzando el orgullo corporativo. - Relación con la comunidad: Genera capital social al vincular a la empresa con entidades públicas y privadas con presencia territorial y alcance nacional, apoyando la educación artística, la creatividad y el pensamiento crítico en los niños, niñas y adolescentes. c) Medio Ambiente (Principio 6) - Promoción de movilidad sostenible: Al incentivar diseños de autos "ideales", se vinculan implícitamente conceptos como energías limpias (ODS 7 y 13), abordaje de problemáticas ambientales con sus ideas de solución.

2. Estándares Sectoriales (Automotriz) a. Global Reporting Initiative (GRI): Reportable como práctica de involucramiento comunitario (GRI 413). b. Pacto Global de la ONU: Alineado con los principios de derechos humanos y medio

ambiente.

## **7. Establecer los Objetivos de Desarrollo Sostenible ODS y metas que impacta el programa. Sustente su afirmación:**

El programa aporta a metas concretas en la Agenda 2030 de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, con los cuales Ricardo Pérez tiene un compromiso ineludible:

- a. ODS 4 (Educación de calidad) - Meta 4.7: - Promueve habilidades creativas y cognitivas en niños, complementando la educación formal y fortaleciendo la no formal. - Contribuye a incentivar iniciativas públicas para el desarrollo de habilidades en arte o STEM (Ciencia, Tecnología, Ingeniería y Arte).
- b. ODS 11 (Ciudades sostenibles): - Meta 11.2: Sensibiliza sobre movilidad limpia (ej.: vehículos eléctricos/híbridos de Toyota), vinculándose a políticas nacionales de reducción de emisiones. - Alineación con metas del Plan Nacional de Energía 2020-2050 de Panamá.
- c. ODS 17 (Alianzas): Potencial para colaborar con escuelas o municipios. - Meta 17.17: Refuerza el compromiso de la empresa con la comunidad, aportando a estrategias de RSE reconocidas por el Estado (ej.: Ley 72 de 2008 sobre Voluntariado). - Establece mecanismos para la generación de alianzas con el Gobierno (MEDUCA, MICULTURA, MIDES, Municipios), SUMARSE, ONG's, academia (Ganexa), voluntarios corporativos y cadena de valor de Ricardo Pérez

## **Bloque 2.**

### **Integración del programa a la empresa y sus grupos de interés.**

Identifique los protagonistas y roles: Identifique a los principales actores involucrados en el programa presentado (Tanto actores internos como externos):

### **8. Rol del Consejo Directivo en el programa:**

Dibuja el Auto de Tus Sueños es un programa oficial, respaldado por el CEO quien emite comunicados internos, es el vocero del programa y lidera el comité organizador que involucra a las Vicepresidencias Comercial; Mercadeo y Experiencia; Cumplimiento y Planificación; Capital Humano; Gerencia de Sostenibilidad y Sucursales. El rol de este consejo directo es canalizar decisiones que alineen a la organización para la ejecución del programa, con planificación en el calendario anual; asignación de presupuesto; coordinación de la estrategia comunicación interna y externa, generación de alianzas, motivación del voluntariado corporativo, gestión logística para la distribución de materiales, entre otros

### **9. Equipo que integra el programa por parte de la empresa:**

El equipo que integra el Comité y gestiona internamente las acciones necesarias para la implementación del programa está compuesto por: CEO; Vicepresidente de Mercadeo y Experiencia; Vicepresidente Comercial; Vicepresidente de Cumplimiento y Planificación; Vicepresidente de Capital Humano; Gerente de Sostenibilidad.

### **10. Aliados estratégicos externos del programa:**

El Concurso cuenta con alianzas formalmente establecidas, fortalecidas a lo largo de los años y con asignación de roles específicos en los que se intercambia valor para el logro de los objetivos del programa: - MEDUCA, MIDES: facilita la comunicación con todas las regiones organizativas del país para convocatoria. - MICULTURA: Convocatoria, espacios para exposiciones itinerantes de los dibujos. - SUMARSE: proceso de selección, filtro y calificación de los dibujos. - Fundación TRENCO: participa en el jurado calificador. - Fundación Valórate: convocatoria. - Juntas Comunales: convocatoria. - FUNDAVID: convocatoria. - FANLYC: convocatoria. - Municipio de Panamá: convocatoria. - Fundación Podemos; convocatoria. - Sinergia 507, S.A.: selección, calificación de dibujos y jurado. - Albrook Mall: espacio para exposición de los dibujos. - Westland Mall: espacio para exposición de los dibujos. - Biomuseo: espacio para exposición de los dibujos

### **11. Actores beneficiados:**

El Concurso es un mecanismo de escucha activa, que a través del arte, recopila los pensamientos, inquietudes y visión de futuro de la niñez y la adolescencia de Panamá, estableciendo un marco de participación ciudadana, socialmente inclusivo, territorialmente abarcador y culturalmente representativo. Participan niños, niñas y adolescentes, divididos en 3 categorías: hasta 7 años, de 8 a 11 años y de 12 a 15 años. Los participantes pueden ser nacionales, o extranjeros, establecidos en Panamá, de cualquier región del país, sin distinción de sexo, clase social, habilidades o destrezas físicas o cognitivas, etnia. Este proyecto es abierto, por tanto no es un requisito que los participantes sean clientes de Ricardo Pérez S.A. Se estima que han participado más de 20 mil niños, niñas y adolescentes en los 12 años de ejecución, y se ha invertido más de 200 mil dólares desde el presupuesto de Ricardo Pérez S.A.

## **Bloque 3.**

### **Enfoque e impacto del programa.**

Desarrolle el contexto del caso: Establece el contexto en el que se desarrolla el programa de sostenibilidad que se presenta.

### **12.Cuál es el problema o desafío central que se enfrenta en relación con su programa de sostenibilidad:**

No se trata de que los niños dibujen autos, sino de que la empresa aprenda de sus sueños sostenibles.

El concurso promueve la creatividad, y a través del arte vincula los diseños infantiles con los grandes desafíos de la industria: descarbonización, seguridad vial, eficiencia energética, economía circular, inclusión social y movilidad urbana eficiente y accesible. Articular una iniciativa de RSE centrada en creatividad infantil, con los objetivos estratégicos de sostenibilidad de Ricardo Pérez, ha representado un desafío que nos ha llevado de menos a más, asegurando hoy una relevancia para el sector, un mecanismo de innovación, escucha y canalización de necesidades sociales que se alinea con las expectativas de los grupos de interés de la empresa. El concurso, se constituye hoy en un laboratorio de ideas para la movilidad del futuro, vinculado a metas globales de Toyota, hacia donde se remiten los dibujos ganadores para el concurso global. Para Ricardo Pérez esta es una plataforma de innovación social alineada con los desafíos disruptivos de la industria automotriz, duramente cuestionada, ante lo cual surge la oportunidad de convertir la creatividad infantil en un insumo para la sostenibilidad corporativa.

### **13. Porqué es importante el programa para la empresa. Como se asocia a la estrategia de la empresa / negocio y cuáles son los riesgos y oportunidades que afronta la empresa en materia de sostenibilidad vinculadas al programa:**

Importancia:

- a. Innovación y Futuro del Sector Automotriz: Fomenta una cultura de innovación temprana, conectando con las próximas generaciones de consumidores y talento. Los diseños infantiles sirven como insights para explorar nuevas oportunidades de mercado automotriz o soluciones urbanas, alineándose con la visión de Toyota hacia la carbono neutralidad (2050).
- b. Fidelización y Nuevos Mercados: Genera engagement emocional con familias y futuros compradores, mientras las alianzas con gobiernos , (MEDUCA, MIDES, MICULTURA, MUNICIPIO) y ONG´s abren oportunidades en mercados (licitaciones, licitaciones verdes, etc.).
- c. Reputación: el alcance del programa nos permite llegar a públicos no convencionales, que no son parte de la estrategia de relacionamiento de la empresa, pero que si tienen un impacto con su opinión en la reputación de la marca como Empresa Socialmente Responsable.

d. Productividad: Atracción de talento joven comprometido con el propósito de la compañía de generar innovación en la movilidad de las personas.

Riesgos: - Escalabilidad y Métricas de Impacto Débiles: Si no se miden resultados (ej.: ♦ niños que aprendieron sobre tecnologías sostenibles tras participar), es difícil demostrar el valor ante inversionistas o audiencias exigentes (ej.: ESG investors). - Sostenibilidad del Programa Más Allá del Marketing: El concurso podría quedar como una acción puntual, si no se fortalece la integración a la cadena de valor (vinculación con áreas clave como diseño de producto, proveedores, reguladores ATTT, MOP, Mi Ambiente y otros).

Oportunidad: - Se podría invitar a ingenieros de Toyota a mentorizar a niños cuyos diseños incorporen innovación sostenible, creando un puente entre RSE y I+D.

#### **14. Porqué es importante el programa para las audiencias externas y/o beneficiadas:**

"Dibuja el Auto de Tus Sueños" crea un ecosistema de valor compartido donde convergen derechos humanos, desarrollo social y oportunidades económicas para un grupo socialmente vulnerable y tradicionalmente excluido en los procesos de consulta sobre sostenibilidad:

- Empoderamiento de Futuras Generaciones (Derechos Humanos): Garantiza el derecho a la participación de la niñez cumpliendo así con la Convención sobre Derechos del Niño, al convertirlos en agentes de cambio, fomentando habilidades creativas y artísticas clave para su inclusión económica futura.
- Inclusión Social (Política Social): al priorizar escuelas públicas e incentivar la participación de beneficiarios de ONG's y comunidades vulnerables, reduce brechas educativas y alinea con políticas nacionales como el Plan Panamá 2030, propiciando la creación de capital humano para fortalecer la economía naranja y las industrias creativas.
- Alianzas público-privadas: genera diálogo, fortalecimiento de tejido social, red de actores clave territoriales en torno a la promoción conjunta con entidades del Gobierno Nacional, Autoridades Locales, empresas y ong's. Este programa es un modelo escalable que transforma derechos humanos en un espacio de escucha, canalización de inquietudes sociales e innovación para crear ventajas competitivas, a través del cual se generan retornos tangibles (atracción de talento, preferencia de marca y licencia social para operar).

#### **15. Objetivos del programa, situación actual y metas a corto, mediano y largo plazo:**

Objetivo General:

- Fomentar la creatividad y la conciencia sobre movilidad sostenible en las nuevas generaciones, a través de un concurso artístico que integre principios ambientales, sociales y económicos; y reconociendo la innovación y la capacidad de los jóvenes para expresarse a través del arte.

Objetivos Específicos:

- Promover la imaginación, la educación artística y la conexión con valores como innovación, sostenibilidad y responsabilidad social.
- Fortalecer habilidades creativas y cognitivas en la niñez, a través de un espacio de participación sobre sus inquietudes sociales, ambientales y sugerencias innovadoras para un futuro sostenible.
- Sensibilizar sobre movilidad limpia, seguridad vial y sostenibilidad, vinculándose a políticas nacionales de reducción de emisiones, inclusión social y cumplimiento de derechos. Actualmente el programa se encuentra consolidado con una metodología de implementación definida y articulada internamente con la participación de la Gerencia General, 4 Vicepresidentes, 9 sucursales y 16 aliados externos. El programa cuenta con un cronograma

anual, asignación de presupuesto, y vinculación de voluntarios corporativos, que distribuyen y entregan materiales, recolectan dibujos. Anualmente se premian 9 dibujos, los cuales participan en el concurso mundial de Toyota.

Corto Plazo:

- Dar mayor visibilidad a los mensajes expresados por los participantes, sistematizando y comunicando a otros actores clave las principales preocupaciones, inquietudes y propuestas de la niñez.
- Establecer un mecanismo de monitoreo y evaluación con indicadores cuantitativos y cualitativos, para determinar el impacto del programa.

Mediano y Largo Plazo:

- Crear un mecanismo de incidencia en políticas públicas que facilite la referencia de ideas innovadoras de los niños y/o peticiones para la restitución de derechos.
- Escalar el mensaje para el fortalecimiento de la economía naranja e industrias creativas, visibilizando el talento y potencial artístico de la niñez.
- Crear un fondo de becas "Toyota Future Engineers" para los ganadores.

## **16. Recopile datos (línea base, diagnóstico socio-económico, estudios específicos si se tienen), estadísticas:**

En la primera versión del concurso se recibieron 450 dibujos, hoy, 12 años después recibimos 3,000 dibujos de niños y niñas de 11 regiones del país. Existe información no sistematizada, que estamos ordenando para generar data cuantitativa y generar un sistema de medición con indicadores verificables. Sobre el enfoque de las inquietudes expresadas por los participantes, podemos afirmar que:

- El 40% los dibujos hacen llamado a la atención urgente de temas ambientales.
- El 60% los dibujos hacen referencia a las carencias sociales padecidas por los niños, niñas y adolescentes en las comunidades, incluyendo un incremento a la inclusión de personas con discapacidad, vigilancia y protección de niños y niñas, acceso a servicios de salud, educación e información; así como un llamado a la tolerancia y a la paz mundial.

## **17. Cómo la empresa ha decidido abordar el problema y sus posibles soluciones. (Resuma el plan de ejecución del programa y sus fases):**

Para fomentar la creatividad y la conciencia sobre movilidad sostenible, Ricardo Pérez estableció una alianza con Toyota Motor Corporation, para implementar en Panamá el Concurso. El programa está diseñado para conectar con niños hasta 15 años, incentivando el pensamiento crítico, creatividad y la innovación de los participantes con premios que se entregan a los ganadores de cada categoría. La empresa ha organizado una estructura de participación voluntaria que, formaliza el programa, involucra diferentes áreas y canaliza recursos para divulgar información, suministrar material de trabajo, y recoger los dibujos entregados al finalizar la convocatoria. Las etapas del programa son las siguientes:

- Planificación: asignación, aprobación y reserva del presupuesto anual.

Incorporación en cronograma anual.

- Apertura: en un comunicado oficial del CEO, se anuncia la fecha de inicio del concurso, y se explican los roles de cada área.
- Campaña de comunicación: el equipo de mercadeo y las agencias de publicidad externas, elaboran el concepto, las piezas y los materiales para generar la convocatoria por diferentes canales. - Formalización de alianzas: se gestionan alianzas institucionales.
- Gestión administrativa de materiales: se gestiona la compra y traslado de materiales.
- Convocatoria: se abre la convocatoria para que las personas retiren los materiales en sucursal y devuelvan los dibujos postulados.
- Recolecta y clasificación: los dibujos son remitidos a la sede del corporativo, en donde se clasifican y depuran los dibujos, descartando aquellos que no cumplan con las normas.
- Selección de Ganadores: con la participación de un jurado externo, previamente seleccionado se escogen los ganadores de cada categoría, asignando 1r, 2do y 3r lugar en cada una.
- Premiación: en una ceremonia pública, con exposición de dibujos, se revelan los ganadores y se entregan los premios.
- Remisión a Japón: los tres primeros lugares de cada categoría son referidos al concurso mundial

### **18. Describa cómo se lleva a cabo la estrategia de comunicación del programa:**

- a. Todos los años en el mes de agosto coordinamos la confirmación con Toyota Motor Corporation para la inclusión de Panamá en el concurso global. En esta etapa se verifican si existen nuevas disposición o ajustes a las existentes.
- b. Preparación de landing y material
- c. Anuncio y divulgación del concurso por diferentes canales y aliados (redes sociales, prensa, aliados, pantallas internas, intranet)
- d. Entrega de materiales y kits de dibujos a nivel nacional
- e. Recolecta de los dibujos en sucursales
- f. Compilación, clasificación y depuración de los dibujos
- g. Anuncio de ganadores en evento público y presencial
- h. Exposición itinerante de dibujos en centros comerciales y Ciudad de las Artes. -

### **19. El programa ofrece innovaciones en su diseño, ejecución, documentación y reporte:**

1. Articulación Multisectorial con Impacto Sistémico:
  - Integra de manera formal a actores clave del sector público (MEDUCA, MIDES, Ministerio de Cultura), privado (Toyota Motor Corporation) y sociedad civil, creando un modelo de gobernanza colaborativa.
2. Vinculación Directa con la Cadena de Valor Automotriz:
  - Innovación: A diferencia de otros concursos artísticos, este programa conecta la creatividad infantil con la industria automotriz: Los diseños son evaluados

no solo por su valor artístico, sino por su potencial de innovación sostenible (movilidad eléctrica, seguridad vial, inclusión de personas con discapacidad). - Toyota Motor Corporation participa activamente, lo que abre puertas para que ideas infantiles inspiren prototipos o conceptos futuros.

3. Crecimiento Exponencial con Enfoque Inclusivo:

- Dato clave: El aumento de 450 a 3,000 dibujos en pocos años refleja una estrategia de inclusión efectiva: Cobertura geográfica ampliada (no solo Ciudad de Panamá, sino provincias); participación de niños en condiciones vulnerables.

## **Bloque 4.**

### **Monitoreo y reporte del programa.**

Monitoreo y reportes: Establece cómo la empresa da seguimiento al programa y lo reporta a las distintas audiencias.

#### **20. Cómo la empresa monitorea los avances del programa:**

Se monitorea a través de un esquema de voluntariado corporativo en el cual los colaboradores, gerentes de sucursales dan seguimiento a la presentación de dibujos, articulan territorialmente con las entidades con representación local del MEDUCA, MIDES y ONG's con presencia territorial. Ricardo Pérez, establece una comunicación directa con los familiares de los niños, niñas y adolescentes ganadores, logrando incluso contar con un caso de éxito en el cual el ganador del primer concurso 2013 es hoy un reconocido pintor, gestor artístico y servidor público con enfoque en la protección social.

De igual forma se da seguimiento a los ganadores de cada uno, para saber el impacto que ha tenido el concurso en su día a día. En el 2017, uno de los dibujos enviados a Japón, fue ganador y hoy la niña está enfocada en el arte como proyecto de vida.

#### **21. Impactos actuales del programa. Incluya indicadores específicos que sustentan dichos impactos:**

El concurso "Dibuja el Auto de Tus Sueños" ha generado impactos cuantificables en educación, inclusión y sostenibilidad, respaldados por los siguientes indicadores:

1. Impacto Social y Educativo:

Cobertura nacional: más de 20,000 niños, niñas y adolescentes participantes en 11 de 13 regiones de Panamá (85% del territorio), con enfoque en zonas vulnerables gracias a alianzas con 13 instituciones (MEDUCA, MIDES, Ministerio de Cultura, otros). Equidad de género: 40% participación femenina, promoviendo la inclusión artística y el desarrollo de capacidad creativa e innovación en niñas.

2. Sensibilización Ambiental:

40% los dibujos (8,000) proponen soluciones ambientales (ej.: autos eléctricos,

energías renovables), demostrando conciencia climática en la niñez. 600 temas sociales (movilidad accesible, seguridad vial), alineándose con ODS 3 (salud) y 11 (ciudades sostenibles).

3. Alianzas Estratégicas:

13 aliados institucionales avalan su escalabilidad, incluyendo sector público y sociedad civil. Indicadores Clave para Sostenibilidad Tasa de crecimiento: De 450 a 3,000 participantes anuales en 12 años (+567%). Inclusión geográfica: 85 regiones alcanzadas.

## **22. Cómo puede validar su programa: entidades externas validadoras, auditorías, opinión de expertos, certificaciones, estudios ad hoc:**

El programa no cuenta con estudios o investigaciones que puedan hacer referencia formal, basada en datos sobre el impacto de la iniciativa, sin embargo, se cuenta con comunicaciones que dan fe de la veracidad de la información, con entidades como: Ministerio de Educación, Ministerio de Cultura, SUMARSE, Fundación Trencó, Sinergia 507, S.A.; Municipio de Panamá y otros aliados

## **23. Se cuenta con un reporte de sostenibilidad que refleje los avances y/o resultados del programa:**

Los avances y/o resultados del programa: El Concurso Dibuja el Auto de Tus Sueños, ha sido incorporado en los reportes de sostenibilidad de Ricardo Pérez S.A., en los años 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018 y 2023

## **24. Cuáles son las lecciones aprendidas y planes de mejora continua:**

a. Existe la oportunidad de generar criterios de evaluación con pesos más específicos:

- Innovación sostenible (50% puntaje: uso de energías limpias, materiales reciclados, seguridad vial).
- Creatividad y factibilidad técnica (30%).
- Impacto social (20%: soluciones para comunidades vulnerables).

b. Podemos fortalecer la participación y creatividad de los niños a través de talleres previos con expertos (ingenieros de Toyota, ambientalistas, expertos sociales, diseñadores gráficos).

c. Podemos validar la metodología y escalar el programa generando alianzas con organismos internacionales enfocados en Derechos Humanos y Desarrollo como UNICEF, PNUD, BID, CAF y Banco Mundial.

d. Crear un Laboratorio de Ideas Infantiles: permitirá sistematizar las inquietudes sociales, ambientales y sus posibles soluciones para alimentar políticas públicas o un banco de ideas para proyectos de sostenibilidad que canalice la inversión social privada.

e. No hay datos duros para reportar a grupos de interés

## Bloque 5.

### Conclusiones

#### 25. Explicar de forma concisa cómo se ha pasado de una situación determinada a los objetivos planteados en el programa:

Cuando iniciamos en 2012, éramos un modesto concurso infantil que logró recolectar 450 dibujos, sin métricas claras ni alianzas estratégicas.

Hoy, con 3,000 participantes anuales y respaldo de Toyota Motor Corporation, MEDUCA, MICULTURA, MIDES y Municipios hemos logrado:

- Evolución de Enfoque: De mera actividad recreativa a programa educativo con impacto en ODS, integrando un espacio de escucha, participación y restitución de derechos, en torno a la movilidad sostenible.
- Alianzas Estratégicas: pasamos de esfuerzo unilateral a modelo colaborativo: con el Ministerio de Cultura aporta visibilidad, MEDUCA y MIDES que contribuyen con la inclusión en zonas vulnerables; Toyota que vincula diseños con innovación y desarrollo sostenible; ONG's y Academia.
- Escucha activa: Adaptamos el programa a necesidades de niños y aliados, facilitando el acceso a materiales, información sobre el concurso en sus territorios.

Estamos convencidos que hemos creado una plataforma para garantizar que los niños, niñas y adolescentes del mundo que viven en Panamá, tengan un espacio para: desarrollar la creatividad, exponer sus preocupaciones sobre el presente de cara al futuro y aportar en un país sostenible.

### Anexos

Incluya la información necesaria que sustenta el caso. Se podrán aportar un máximo 3 documentos complementarios tales como diagnósticos, auditorías, certificaciones, estudios, informes y auditorías certificadas por terceros, testimonios de terceros, etc.



## **Video**

[https://youtu.be/XJNkXqXF\\_oM](https://youtu.be/XJNkXqXF_oM)