



Un recurso desaprovechado con gran potencial para mejorar la educación global

Análisis de las pequeñas y medianas empresas



La Global Business Coalition for Education (Coalición Global de Empresas para la Educación, GBCE) es un movimiento impulsado por empresas comprometidas a poner fin a la crisis global de la educación. Theirworld fundó la Global Business Coalition for Education en el 2012 al reconocer que la comunidad empresarial era un pilar importante con el potencial de promover la educación global de forma proactiva, sostenible y expansible.

La GBCE ha desarrollado uno de los foros más efectivos que existen actualmente para conectar empresas que desean generar un impacto positivo en las vidas de los jóvenes. Su red está formada por más de 150 empresas influyentes del sector privado comprometidas con las prácticas recomendadas para promover la educación de acuerdo con el Objetivo de Desarrollo Sostenible 4 de la ONU.

www.gbc-education.org

Este informe forma parte de la iniciativa Business Investment for Education Impact (Inversión Empresarial para un Impacto en la Educación, BIEI), cuya labor consiste en crear una red más sólida e informada de empresas capaces de transformar los resultados de la educación a través de inversiones estratégicas y coordinadas.

El objetivo de esta iniciativa es desarrollar una serie de herramientas y productos para fomentar el progreso en el ámbito educativo y lograr que las inversiones corporativas generen un impacto empresarial, así como un impacto social más sostenible, expansible y sistémico.

<https://gbc-education.org/what-we-do/business-investment-for-education-impact/>

Agradecimientos

Este informe ha sido documentado y redactado por Asibey Consulting (Edith Asibey, Jamie Lonie, Bud Nelson, Bruce Trachtenberg y Magnes Welsh) con orientación y contribuciones de Emily Friedman, Brittany Gray y Justin van Fleet, director ejecutivo de la Global Business Coalition for Education. Foto de portada: Jeswin Thomas Foto de contraportada: Tim Mossholder

Índice

Resumen ejecutivo	4
Glosario	10
Introducción	12
Apartado 1: ¿Por qué promueven la educación las pymes?	16
Apartado 2: ¿Dónde promueven la educación las pymes?	22
Apartado 3: ¿Qué miembros de las pymes pueden elegir promover la educación?	26
Apartado 4: ¿Cuándo deciden promover la educación las pymes?	30
Apartado 5: ¿Cómo contribuyen a la educación las pymes?	34
Apartado 6: ¿Qué beneficios obtienen las pymes que contribuyen a la educación?	48
Apartado 7: ¿Qué desafíos afrontan las pymes al promover la educación?	54
Apartado 8: ¿Cómo ayudan las organizaciones intermediadoras a las pymes a promover la educación?	58
Apartado 9: Foco en Dallas, Texas	66
Apartado 10: Conclusiones y reflexiones	72
Agradecimientos	75
Apéndice 1: Pymes entrevistadas	77
Apéndice 2: Intermediadores entrevistados	78
Apéndice 3: Incubadores entrevistados	78
Apéndice 4: Otras organizaciones entrevistadas	79
Apéndice 5: Metodología	80

Resumen ejecutivo

Desde un vendedor de calcetines de Estados Unidos hasta un proveedor de gas de Nigeria pasando por un servicio de venta de entradas digitales de Australia y un fabricante de jabón de la India, líderes y propietarios de pequeñas empresas de todo el mundo aportan su granito de arena para mejorar la educación.

En este informe se destacan ejemplos para mostrar que las pequeñas empresas marcan mucho la diferencia (casi siempre de manera inadvertida) ayudando a mejorar y sacar adelante reformas educativas.

Destaca por qué, dónde, cuándo y cómo las pymes promueven la educación. Al esclarecer sus contribuciones actuales, el informe también pone de manifiesto el gran potencial y la posición única de las pequeñas empresas para generar un impacto aún más profundo en los estudiantes, las escuelas y los sistemas educativos a escala global.

Según el Banco Mundial, las pequeñas y medianas empresas (pymes) "representan casi el 90 % del tejido empresarial y más del 50 % del empleo a escala mundial". Si más pymes (compañías con un máximo de mil empleados) se sumaran a la causa de promover la educación, el impacto combinado de sus contribuciones y de su compromiso sería significativo.

Esta conclusión se basa en un estudio llevado a cabo a lo largo del año 2020 en dieciocho países. Se realizaron setenta entrevistas a representantes de pymes, organizaciones sin ánimo de lucro intermediadoras, las cuales conectan las pymes con oportunidades de promoción de la educación, algunos distritos escolares y organizaciones "incubadoras", las cuales permiten guiar start-ups y compañías recién fundadas hacia el compromiso con el impacto social.

Las pymes representan un gran potencial desaprovechado capaz de generar un impacto profundo en los estudiantes, las escuelas y los sistemas educativos de todo el mundo.

Por qué y dónde las pymes promueven la educación

Los representantes de las pymes entrevistados para elaborar este informe citaron casi unánimemente un sentido de responsabilidad personal como razón principal para promover la educación: quieren poner de su parte para solucionar los problemas que han presenciado o experimentado en las comunidades donde hacen negocios. Asimismo, desean conectar con los jóvenes para ayudarlos a desarrollar aptitudes profesionales o

despertar interés por sus áreas de actividad, pues a menudo les preocupa que los estudiantes no estén listos para incorporarse al mundo laboral al terminar el instituto o incluso después de graduarse en la universidad. Esto se confirma tanto si las pymes invierten en la comunidad local como en la otra punta del planeta.

En general, las pequeñas empresas eligen promover la educación tanto a escala local como internacional. Las compañías que promueven la educación en el seno de su comunidad o país lo hacen porque comprenden de primera mano los desafíos de su entorno propio y desean prestar apoyo localmente. En determinados casos, los empresarios se proponen solventar las desventajas históricas de ciertos grupos de población de sus propios países, como son los indígenas de Australia o Guatemala. Algunos propietarios de empresas aprovechan sus conexiones para ofrecer oportunidades profesionales a los estudiantes dentro de su comunidad. Por otro lado, a veces las pymes prefieren respaldar a organizaciones que operan en el extranjero. Unas llegan a un acuerdo con una entidad educativa sin ánimo de lucro en un país concreto y otras realizan donativos directamente a escuelas o programas formativos del lugar.

Quién toma las decisiones en las pymes

Los directores de las pymes, que suelen ser los fundadores, se encargan de decidir las inversiones en educación. Si el fundador se ha retirado, la persona que está al mando de la empresa suele respetar sus designios en relación con el impacto en la comunidad y la responsabilidad social corporativa. Habitualmente, el director ejecutivo o fundador es quien toma la decisión siguiendo requisitos estratégicos y presupuestarios; puede optar por una aportación económica o bien por una ayuda en especie, como liberar tiempo a los empleados para labores de voluntariado en escuelas o eventos o invitar a estudiantes a realizar prácticas o a visitar las instalaciones de la empresa, lo cual requiere la participación de los trabajadores. En otros casos, como en las pymes más grandes, la decisión recae en el comité administrativo.

Cuándo y cómo deciden las pymes promover la educación

El momento en que una pyme decide promover la educación depende de varios factores. Unas eligen hacerlo desde el principio o pocos años después de alcanzar estabilidad como muestra de agradecimiento a la comunidad. Otras, en cambio, no empiezan hasta que alguien toma el relevo en la dirección.

Las inversiones de las pymes para promover la educación son muy diversas, tanto por el tipo de iniciativas como por los mecanismos que adoptan. Cabe mencionar la orientación profesional, la experiencia laboral supervisada, la tutoría, las becas, los programas extraescolares, la formación profesional, la inversión en infraestructuras y la defensa de políticas educativas.

En otros casos, las pymes promueven la educación a través de terceras instituciones. Por ejemplo, hacen donativos a programas formativos identificados por los asesores de filantropía, establecen fundaciones e institutos corporativos, colaboran con organizaciones intermediadoras, donan un porcentaje de las ventas a causas educativas o invierten en evaluaciones para determinar el impacto de los programas formativos que financian.

Beneficios para las pymes que contribuyen a la educación

El motivo principal que mueve a las pymes a promover la educación es el deseo de cambiar las cosas ayudando a los jóvenes a obtener los conocimientos y las aptitudes que los prepararán para la vida adulta y contribuyendo a construir un mundo mejor. En consecuencia, no suelen ambicionar beneficios económicos como un incremento en las ventas, la cartera de clientes o las ganancias. En lugar de eso, las pymes sienten una gran satisfacción sabiendo que sus contribuciones ayudan a hacer realidad la esperanza de ofrecer un porvenir mejor a la próxima generación.

En este caso, su "retorno de inversión" consiste en ver que la educación funciona mejor en sus ciudades o comunidades locales y que los futuros trabajadores salen más preparados. Y lo mismo ocurre con las pymes que financian programas de ayuda lejos de su lugar de origen, como los orientados a erradicar el analfabetismo en los países en vías de desarrollo o a garantizar el acceso a una educación asequible y de calidad en los países donde obtienen materias primas o contratan a mano de obra para fabricar sus productos.

Desafíos que afrontan las pymes al promover la educación

Independientemente de su tamaño, las compañías a menudo descubren que, pese a sus ganas de promover la educación, no es fácil pasar a la acción. Es habitual que los directores de pequeñas empresas no sepan cómo empezar debido a la ausencia de modelos adecuados o fuentes a las que pedir consejo. Por su lado, las pymes que hallan un modo de promover la educación pueden toparse con obstáculos para mantener la iniciativa en marcha.

Al mismo tiempo, los equipos de las escuelas y de las entidades educativas sin ánimo de lucro son reducidos y los atareados líderes educativos tienen muchas responsabilidades, lo cual complica gestionar colaboraciones con empresas. Además, las ayudas externas a sistemas escolares y organizaciones benéficas suelen estar sujetas a procedimientos de aprobación que, aun siendo necesarios, resultan burocráticos. Definir claramente los términos de la colaboración y disponer de interlocutores dedicados entre todas las partes involucradas puede ayudar a solucionar estos posibles impedimentos.

Otro desafío es el coste, incluso en el caso de contribuciones no monetarias que pueden afectar a las operaciones de la empresa, como liberar tiempo a los empleados para labores de voluntariado.

A pesar de dichos escollos, las pymes saben encontrar la forma de adaptarse porque consideran que invertir en los estudiantes de hoy es invertir en los trabajadores de mañana.

Cómo ayudan las organizaciones intermediadoras a las pymes a promover la educación

Los intermediadores (grupos que presentan oportunidades de impacto social al sector empresarial) desempeñan un papel importante orientando y ayudando a las pymes que desean invertir en educación, sobre todo a las que carecen de experiencia o tienen dificultad para tratar directamente con los distritos escolares.

Las organizaciones intermediadoras suelen ser asociaciones nacionales. Proporcionan información sobre las prácticas recomendadas, así como herramientas de gestión, formación, supervisión y evaluación. Sus programas formativos son variados, pero por lo general incluyen la alfabetización y la aritmética entre los alumnos de primaria y la orientación profesional y la adquisición de experiencia laboral como becarios o aprendices entre los alumnos de secundaria. Algunos intermediadores también invitan a las empresas a brindar oportunidades de tutelaje a los directores de escuelas y de desarrollo profesional a los maestros.

Conclusiones y reflexiones

Las pymes poseen un desaprovechado potencial para generar un impacto profundo en los estudiantes, las escuelas y los sistemas educativos de todo el mundo. Lea el informe completo para obtener información detallada y consulte las conclusiones y reflexiones [aquí](#).



Glosario

Normas de protección infantil

Leyes y reglamentos que marcan los estándares y directrices generales en materia de protección infantil.

Programa de educación secundaria y superior anticipada

Programa curricular que incluye asignaturas de secundaria, cursos de educación superior y experiencia relevante en un sector en expansión. Los estudiantes inscritos tienen la oportunidad de graduarse en cuatro años obteniendo tanto un diploma de secundaria como un grado de licenciatura otorgado por un colegio universitario acreditado.

GBCE

Sigla de la Global Business Coalition for Education (Coalición Global de Empresas para la Educación), patrocinadora de este proyecto de investigación.

Sur global / Norte global

El "Sur global" abarca las regiones de Latinoamérica, Asia, África y Oceanía, mientras que el "Norte global" hace referencia a Europa y Norteamérica.

Centros educativos de altas necesidades

Los criterios varían según el país, pero suelen tenerse en cuenta indicadores de rendimiento y medidas socio-económicas. En Estados Unidos, el término incluye cualquier escuela de primaria o secundaria que figure en el cuartil superior a nivel estatal por el número de puestos de maestros vacantes o que se halle en una zona en que al menos el 30 % de los estudiantes provengan de familias con ingresos inferiores al umbral de pobreza o donde haya una alta tasa de rotación entre los profesores o un elevado porcentaje de maestros que enseñan materias distintas a su especialidad o no están certificados o cualificados.

Estudio de impacto

Investigaciones llevadas a cabo para detectar y entender los efectos de introducir una nueva política o estrategia.

Ayuda en especie

Servicio, material o asistencia que se brinda desinteresadamente a una organización.

Incubadores

Entidades que velan por que las start-ups y compañías recién fundadas se comprometan con el impacto social.

Economía informal

Conjunto de actividades económicas, empresas, empleos y trabajadores que no están regulados, amparados o gravados por el Estado.

Centros de estudios integrados

Escuela a la que asisten alumnos de etnias, religiones o procedencias distintas. En Irlanda del Norte, esto implica que niños y maestros católicos, protestantes o que profesan otra fe están en una misma escuela.

Organizaciones intermediadoras

Asociaciones sin ánimo de lucro que actúan como asesoras ante empresas que desean ayudar a forjar una sociedad más equitativa e inclusiva. Entre otras cosas, ponen en contacto a pymes y empresas grandes con escuelas para presentar oportunidades de promover la educación.

Código abierto y metodología del bien común

Software cuyo código fuente es de acceso universal y gratuito y se puede redistribuir y modificar de acuerdo con las necesidades del usuario.

Pequeñas y medianas empresas (pymes)

En el marco de este informe, se consideran pymes las compañías de hasta mil empleados. Cada país tiene su propia definición de pyme basada en el número de trabajadores, los ingresos anuales o ambos criterios.

Emprendedor social

Persona que busca con afán posibles soluciones innovadoras a los problemas de las comunidades. Es alguien dispuesto a esforzarse y asumir riesgos en sus iniciativas para impulsar cambios positivos.

Escuelas incluidas en el programa Título 1

Escuelas de Estados Unidos con un elevado porcentaje de estudiantes provenientes de familias con ingresos bajos que reciben fondos federales para ayudar a mejorar el rendimiento académico de los alumnos desaventajados.

Un recurso desaprovechado con gran potencial para mejorar la educación global

Introducción

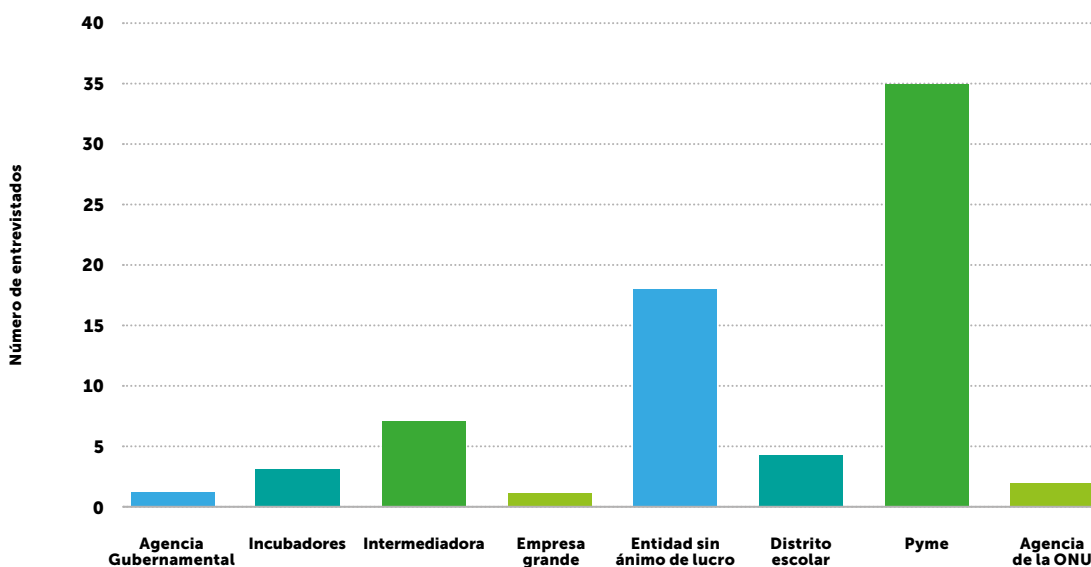
Introducción

Desde un vendedor de calcetines de Estados Unidos hasta un proveedor de gas de Nigeria pasando por un servicio de venta de entradas en línea de Australia y un fabricante de jabón de la India, directores y propietarios de pequeñas empresas de todo el mundo aportan su granito de arena para mejorar la educación.

Aunque sus contribuciones financieras no se pueden comparar individualmente con las de las grandes corporaciones, si se toman en conjunto pueden llegar a tener globalmente un enorme impacto filantrópico y social en la mejora de la educación.

Esta conclusión se basa en setenta entrevistas¹ realizadas a representantes de pequeñas y medianas empresas (pymes), organizaciones intermediadoras sin ánimo de lucro, algunos distritos escolares y otros grupos. Los directores de las pymes (compañías con un máximo de mil empleados) compartieron por qué, dónde, cuándo y cómo promueven la educación, así como los desafíos y beneficios de esta demostración de filantropía. Se habló con ocho organizaciones intermediadoras para conocer el valor añadido que aportan a las pequeñas empresas que quieren involucrarse en el ámbito educativo, pero no saben por dónde

Figura 1: Tipos de organizaciones entrevistadas



¹En una misma entrevista por vía telefónica participaron representantes de la pyme Eye 2 Connect y de la entidad sin ánimo de lucro Peer Support Australia.

empezar o necesitan orientación sobre cómo maximizar sus inversiones. También se entrevistaron tres "incubadores", es decir, entidades que velan por que las start-ups y compañías recién fundadas se comprometan con el impacto social desde el principio.

Este informe se limita a las pymes entrevistadas y a las organizaciones que las ayudan, de modo que representan una fracción minúscula de las pequeñas empresas que operan globalmente. Sin embargo, a juzgar por las respuestas de las pymes entrevistadas, si más pequeñas y medianas empresas se sumaran a la causa de promover la educación, el impacto colectivo de sus contribuciones y acciones sería significativo.

Según el Banco Mundial, las pymes "representan casi el 90 % del tejido empresarial y más del 50 % del empleo a escala mundial".² Por su parte, la Organización Internacional del Trabajo estima que las pymes acumulan el 70 % de los puestos de trabajo del mundo.³ Asimismo, el Banco Mundial calcula que en las economías emergentes "las pymes formales aportan el 40 % del producto interior bruto (PIB) y generan el 70 % de los empleos formales".⁴ Según otras estimaciones, la contribución de las pymes al PIB global alcanza el 70 %.⁵

Por lo tanto, no resulta sorprendente que el sector educativo anhele recibir ayuda de la comunidad empresarial. Por ejemplo, un estudio reciente realizado en Australia sacó a la luz que el 90 % de las escuelas encuestadas desean establecer más colaboraciones con empresas.⁶ Un estudio similar del Reino Unido fue aún más lejos al descubrir que los estudiantes que participan en cuatro o más actividades de formación o interacciones con empresas tienen un 25 % menos de posibilidades de que en el futuro los categoricen como "ninis" (personas que ni estudian ni trabajan).⁷ Gracias a estas relaciones, los estudiantes pueden crear una red de mentores que los ayuden a obtener destrezas para superarse en el entorno laboral, a conocer mejor el abanico de carreras profesionales y a conseguir trabajo. Para las escuelas, estas colaboraciones suponen más financiación y apoyo, lo que les permite preparar mejor a los alumnos para un mundo laboral en constante evolución.

¹ En una misma entrevista por vía telefónica participaron representantes de la pyme Eye 2 Connect y de la entidad sin ánimo de lucro Peer Support Australia.

² Banco Mundial, "World Bank SME Finance". <https://www.worldbank.org/en/topic/sme/finance>.

³ Organización Internacional del Trabajo, "El poder de lo pequeño: Hay que activar el potencial de las pymes" (2019). <https://www.ilo.org/infostories/es-ES/Stories/Employment/SMEs#power-of-small>.

⁴ Banco Mundial, "World Bank SME Finance".

⁵ Organización Internacional del Trabajo, "El poder de lo pequeño: Hay que activar el potencial de las pymes".

⁶ Rothman, Sheldon; Australian Council for Educational Research (ACER). "What Do Schools Want from Engagement with Business?" (2019). https://research.acer.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=1030&context=policy_analysis_misc.

⁷ Education and Employers, "The case for employer engagement in state schools" (2019). <https://www.educationandemployers.org/wp-content/uploads/2019/04/Research-summary-website-version.pdf>

Por supuesto, se desconoce cómo acabará afectando la pandemia de COVID-19 a la capacidad y a la voluntad de las pymes de promover la educación. Cuando se inició este estudio, el coronavirus solo estaba empezando a propagarse. Desde entonces se han hecho predicciones aciagas sobre la cantidad de pequeñas empresas que no sobrevivirán a la crisis y van llegando noticias sobre las que ya se han visto obligadas a cerrar. Aun así, la nota positiva es que los empresarios entrevistados, si bien reconocieron que la pandemia estaba conllevando ajustes en sus operaciones y en sus donaciones, aseguraron seguir comprometidos con la misión de mejorar la educación.

Este informe es un simple punto de partida en que se destacan ejemplos que demuestran que las pequeñas empresas marcan una gran diferencia en el mundo entero. Las pymes poseen el potencial para generar un impacto profundo en los estudiantes, las escuelas y los sistemas educativos. Al detallar por qué, dónde, cuándo y cómo promueven la educación, este informe esclarece sus contribuciones en este ámbito. Junto con los ejemplos incluidos, todo ello pone de manifiesto el gran potencial y la posición única de las pymes para servir mejor a los estudiantes, las escuelas y la sociedad.

Las pequeñas y medianas empresas representan el...



90 %
**del tejido
empresarial a
escala mundial**

Banco Mundial



70 %
**del empleo
mundial**

Organización
Internacional del
Trabajo



40 %
**del PIB de las
economías
emergentes**

Banco Mundial

Apartado 1:

¿Por qué promueven la educación las pymes?

A lo largo de las entrevistas realizadas, los representantes de las pymes citaron casi unánimemente un sentido de responsabilidad personal como razón principal para promover la educación: quieren poner de su parte para solucionar los problemas que han presenciado o experimentado en las comunidades donde hacen negocios.

Asimismo, desean conectar con los jóvenes para ayudarlos a desarrollar habilidades profesionales o despertar interés por sus áreas de actividad, pues a menudo les preocupa que los estudiantes no estén preparados para incorporarse al mundo laboral al terminar el instituto o incluso al graduarse en la universidad. Algunos entrevistados reflexionaron sobre su propia curva de aprendizaje y sobre el poder de la educación para transformar la vida de una persona y ejercer un efecto dominó en las comunidades y la sociedad entera. Esto es cierto tanto si las pymes invierten en la comunidad local como en la otra punta del planeta.

En ocasiones, la motivación nació de la experiencia personal del fundador de la compañía. En el 2017, Juliet Namujju creó una empresa en Mpigi (Uganda) que emplea a personas discapacitadas para fabricar prendas y accesorios suprarrecicladados a partir de residuos plásticos. Al fundar **Kimuli Fashionability**, Namujju se propuso transformar su pasado como miembro de una familia afectada directamente por la discapacidad en un punto fuerte. Y cabe añadir que lo ha logrado ayudando a otras personas que atraviesan circunstancias parecidas. Namujju quiso resolver dos problemas a la vez fomentando la inclusión mediante un trabajo significativo y protegiendo el medio ambiente. "Elaboré un programa de formación para enseñar a las personas discapacitadas a convertir sus desafíos en oportunidades", declaró Namujju.



"Haber realizado prácticas en un taller tendrá peso en el currículum de los estudiantes y los ayudará a encontrar trabajo [...]. Forma parte de nuestra estrategia de responsabilidad social corporativa".

ISABEL MONTERROSO (GUATEMALA), PADEX AUTOMOTRIZ

Varias pymes de diferentes regiones expresaron el deseo de conectar con la juventud para suscitar interés y fomentar el desarrollo de aptitudes en relación con sus sectores. **Padex Automotriz**, un taller de reparación de automóviles abierto en Guatemala por dos graduados universitarios en el

2017, ofrece la posibilidad de realizar prácticas remuneradas a estudiantes de centros de formación profesional de la zona. Los aprendices adquieren experiencia sin tener que viajar a la capital, algo que muchos estudiantes del lugar no se pueden permitir. Isabel Monterroso, cofundadora de Padex, señaló que la decisión de remunerar a los aprendices (a diferencia de otras empresas) fue trascendental. "Haber realizado prácticas en un taller tendrá peso en el currículum de los estudiantes y los ayudará a encontrar trabajo. No llegábamos a cubrir nuestros sueldos, pero debíamos apostar por ellos. Forma parte de nuestra estrategia de responsabilidad social corporativa", dijo Monterroso.

Comprender la necesidad de representación también motivó que ciertos fundadores de empresas se involucraran en la educación. Terrence Southern, director ejecutivo de **HarozTec**, la compañía de robótica e inteligencia artificial con sede en Dallas que él mismo fundó, contó una anécdota sobre sus inicios profesionales como ingeniero en General Motors (GM), Michigan. Su mentor en GM le pidió que trabajara con un grupo de estudiantes en un proyecto de robótica. El mentor sorprendió a los jóvenes con la siguiente pregunta: "¿Quién quiere conocer a un ingeniero de robótica negro? Os presento a Terrence Southern; fue

"[...] me di cuenta de que mi trayectoria no giraría solamente en torno a la tecnología... [Pronto] empecé a interesarme por la educación y me tomé como una misión personal ayudar a cambiar el futuro de esos chavales".

TERRENCE SOUTHERN (ESTADOS UNIDOS), HAROZTEC

a una escuela pública de Detroit, igual que a vosotros". "En aquel momento me di cuenta de que mi viaje no giraría solamente en torno a la tecnología... [Pronto] empecé a interesarme por la educación y me tomé como una misión personal ayudar a cambiar el futuro de esos chavales", afirmó Southern. En Dallas, ha trabajado como socio durante cuatro años en dos institutos adscritos al programa de educación secundaria y superior anticipada de P-TECH, el cual consiste en un programa curricular que incluye asignaturas de secundaria, cursos de educación superior y

experiencia relevante en un sector en expansión. En un centro educativo enseña ingeniería robótica y, en otro, logística del futuro (incluyendo la distribución de drones) a alumnos provenientes de entornos desfavorecidos económicamente.

Muchas pymes desarrollan sus actividades localmente y se animan a actuar porque ven de cerca lo que ocurre a su alrededor. Se ha constatado que es algo común a todos los países, tanto los industrializados como los que están en vías de desarrollo. Lisa Bracken,

miembro de Reading Partners North Texas, una entidad sin ánimo de lucro que enseña a leer en escuelas incluidas en el programa Título 1 y fomenta la implicación del sector empresarial en el ámbito educativo, explicó que las pymes con las que ha trabajado saben que los jóvenes serán los próximos líderes de sus comunidades. En este sentido, recalcó que se ofrecen voluntariamente a invertir tiempo y talento para ayudar a los estudiantes. "Yo diría que se trata de una inversión en su propia comunidad. Aprovechamos al máximo estas colaboraciones colectivas para avanzar en nuestra misión de cerrar la brecha de oportunidades", comentó Bracken. Carla Inácio da Cunha, representante de **Nexxera**, una empresa de tecnología brasileña que estableció su propia fundación, habló sobre las acciones que llevan a cabo los fundadores en el marco de su compromiso con la ciudad de Florianópolis. "Querían hacer algo por la comunidad, ya que una ciudad sostenible contribuiría al fortalecimiento y a la sostenibilidad de sus negocios", dijo da Cunha.

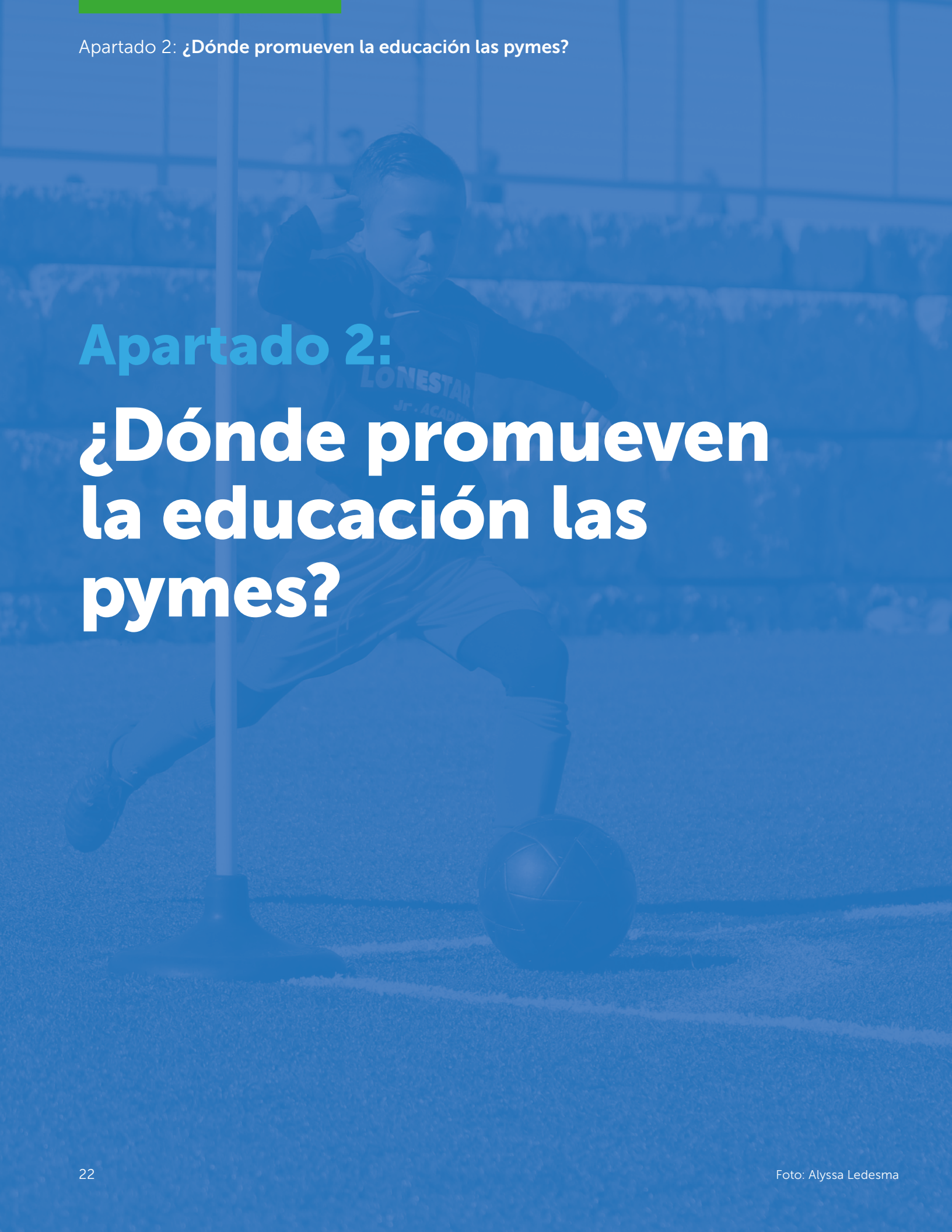
En Irlanda, las pymes participan en diversos programas de **Business in the Community Ireland**, una organización sin ánimo de lucro que ayuda a las empresas a crear una economía sostenible y una sociedad más inclusiva. El programa de tutoría para estudiantes, orientado a alumnos de secundaria, es uno de los que reciben ayuda de las pymes. Grainne Murphy, responsable de formación y educación en **Horse Racing Ireland**, el ente rector con sede en Kildare que supervisa e incentiva las carreras de caballos a escala nacional, aseguró que los empleados tienen muchas ganas de participar en dicho programa y que la conexión con las generaciones jóvenes aporta un valor añadido a la organización, pues contribuye a la sostenibilidad de un sector (el de las carreras de caballos) que la juventud podría ignorar en otras circunstancias.

Al considerar la educación, las compañías miden cómo pueden generar el mayor impacto posible. Sinéad Smith, jefa de responsabilidad corporativa en **A&L Goodbody**, un bufete corporativo de Irlanda, manifestó lo siguiente: "Nuestras oficinas principales se ubican en Dublin One, un distrito bastante desfavorecido situado en la parte noreste del centro de Dublín. Saltaba a la vista que la comunidad necesitaba nuestra ayuda. El primer problema social es la drogadicción y la delincuencia. El segundo es el bajo rendimiento escolar, que está directamente relacionado con el tercero: el desempleo. Nos pareció que poco podíamos hacer para solucionar el primero, pero estábamos seguros de que sí podíamos contribuir a mejorar la educación y reducir la tasa de paro".

Las empresas que promueven la educación internacionalmente trasladan este mismo compromiso a otros rincones del planeta. "Un cambio sostenible y multigeneracional que se puede crear gracias al poder de la educación"; así definió Adam McCurdie, cofundador de **Humanitix**, una organización benéfica con sede en Sídney que financia proyectos educativos mediante las comisiones de su servicio de venta de entradas en línea, cómo contribuyen a la educación de las niñas en países en vías de desarrollo. Andy Huszar, representante de **Marcellamoda**, una empresa de moda en línea con sede en EE. UU., desveló que, habiendo vivido y trabajado en el ámbito corporativo estadounidense, él y su socio fundador quisieron establecer una compañía que también aportara beneficios tangibles a la sociedad. "Por ahí empezamos realmente. Creo que a ambos nos motiva la educación femenina", comentó Huszar.

Ciertas pymes promueven la educación a escala internacional en respuesta a su propia curva de aprendizaje. Prashant Mehta, miembro de **Conscious Step**, una empresa de Brooklyn (Nueva York) que produce calcetines con métodos éticos y sostenibles, dijo: "He aprendido mucho sobre la gran importancia de la alfabetización global en la economía actual. No solo favorece el crecimiento económico, sino que ayuda a las personas a llevar una vida normal y funcional. Además, tiene un impacto considerable en la igualdad de género".



A young boy in a soccer uniform is dribbling a ball on a field. The image is overlaid with a blue filter. The text 'Apartado 2: ¿Dónde promueven la educación las pymes?' is written in white and light blue over the image.

Apartado 2: ¿Dónde promueven la educación las pymes?

Pymes que promueven la educación en su comunidad o país

Muchos entrevistados afirmaron comprender de primera mano los desafíos que plantea la educación en el seno de su comunidad y desear prestar apoyo localmente. Otros mencionaron su intención de "devolver algo" a la comunidad donde llevan a cabo sus actividades como muestra de agradecimiento. Ven la educación como una vía hacia la inclusión social y admiten que es necesario compartir con la sociedad una parte de los beneficios que cosechan gracias a sus exitosos negocios.



"No hay ninguna actividad organizada por la administración local, ningún patio de juegos ni ningún campo deportivo, nada. En esta comunidad no hay espacio para los niños. Nuestro programa es todo lo que tienen".

DIEGO POLESE (BRASIL), W3 INDÚSTRIA METALÚRGICA LTDA.

En particular, varias empresas realizan intervenciones locales que reflejan la realidad educativa de su entorno. **W3 Indústria Metalúrgica Ltda.**, una empresa de mobiliario industrial y de oficina de Ponta Grossa (Brasil), ofrece el único programa extraescolar para niños en su barrio, que se ubica lejos del centro urbano. Diego Polese, un maestro de educación física que se ha encargado del programa de W3 desde su implementación once años atrás, declaró: "No hay ninguna actividad organizada por la administración local, ningún patio de juegos ni ningún campo deportivo, nada. En esta comunidad no hay espacio para los niños. Nuestro programa es todo lo que tienen".

Nichola Lynagh, cofundadora de **LeonEdu** en Belfast (Irlanda del Norte, Reino Unido), dijo que ella y sus socios se centran en la inteligencia emocional para ayudar a los líderes a crecer y destacar en la gestión de las complejas exigencias y necesidades de las partes interesadas en el sistema escolar de Irlanda del Norte. Como servicio a la comunidad durante el confinamiento impuesto por la COVID-19, LeonEdu colgó materiales gratuitos de sensibilización sobre el trauma en su sitio web con tal de ayudar a clientes y otras personas en la gestión y el liderazgo durante la crisis provocada por la pandemia y mantenerse fiel a su propósito educativo. LeonEdu ofrece programas de formación y desarrollo de bienestar a educadores de nivel medio y sénior en Irlanda del Norte y la República de Irlanda.



"Yo me crie en una comunidad sin acceso a la educación, sobre todo entre las niñas. Muchas jóvenes de donde provengo casi nunca van a la escuela. Crecí presenciando esta situación y siempre intuí que quería cambiarla".

OLASUPO ABIDEEN (NIGERIA), OPABGAS

OpabGas, un proveedor de gas doméstico en Ilorin (Nigeria), cuenta con un programa de becas para niños no escolarizados. Olasupo Abideen, uno de los fundadores de la compañía, reveló que la decisión de brindar asistencia local se basó en su propia experiencia. "Yo me crie en una comunidad sin acceso a la educación, sobre todo entre las niñas. Muchas jóvenes de donde provengo casi nunca van a la escuela. Crecí presenciando esta situación y siempre intuí que quería cambiarla". Antes de intervenir, el equipo de OpabGas llevó a cabo encuestas de referencia para entender cuáles eran las principales barreras que impedían a los niños asistir a clase y adaptar las becas en consecuencia.

En determinados casos, los empresarios se proponen terminar con las desventajas históricas de ciertas poblaciones de su propio país.

Humanitix, una organización benéfica con sede en Sídney que recauda fondos para promover la educación mediante la venta de entradas en línea, financia proyectos educativos en Australia y países en vías de desarrollo. Humanitix ofrece becas para mejorar los resultados académicos de los estudiantes indígenas y el bienestar general de la población aborigen. La **Fundación Samuel Camhi Levy** de Guatemala, establecida por un empresario llamado así y dirigida ahora por su hijo, proporciona ayudas familiares y facilita el acceso a la enseñanza preescolar a niños guatemaltecos de la región del Altiplano. La fundación ha invertido en el desarrollo de infraestructuras y en la formación de maestros y directores escolares. Dado que antes los niños de la zona no solían ir a la guardería, muchos desconocían el español, que es el idioma de escolarización en el país (las comunidades locales hablan cachiquel, una lengua maya). La fundación y sus socios han respaldado proyectos en doce comunidades para maximizar las posibilidades de que los niños finalicen con éxito la etapa escolar.

Algunos propietarios de empresas aprovechan sus conexiones para ofrecer oportunidades profesionales a los estudiantes dentro de su comunidad. A menudo lo logran gracias a la iniciativa de intermediadores sin ánimo de lucro que conectan empresas y escuelas. Por ejemplo, **The Careers & Enterprise Company**, una entidad sin ánimo de lucro del Reino Unido, impulsa el programa "Cornerstone Employers" con el objetivo de crear una red de pymes que contribuyan a alcanzar las metas de orientación profesional de las escuelas locales.

En Estados Unidos también hay muestras de movilización local por parte de la comunidad empresarial; allí, las pymes desempeñan un papel clave tratando de mejorar el sistema educativo. En Dallas (Texas), varias pymes trabajan activamente para mejorar el rendimiento académico de los alumnos de las escuelas públicas (véase el apartado 9).

Pymes que promueven la educación en países en vías de desarrollo

El ejemplo más común que se ha identificado es el de las empresas que colaboran con entidades educativas sin ánimo de lucro que tienen su sede en países industrializados y respaldan programas establecidos en países en vías de desarrollo, como Room to Read (EE. UU.) y CAMFED (Reino Unido). Las pymes radicadas en países industrializados afirman que su capacidad de participar en proyectos educativos en el extranjero a menudo depende de si encuentran un socio especializado en educación con el que se pueda trabajar eficazmente. Como las pymes no suelen llegar a acuerdos de colaboración que impliquen donar grandes sumas de dinero, son conscientes de que las organizaciones no gubernamentales más importantes a nivel internacional quizá no las consideren un socio viable.



"El programa fue un éxito y contribuyó a poner en marcha una iniciativa de alcance nacional más amplia que ahora se está implementando conjuntamente con el Ministerio de Educación de Costa de Marfil, lo cual es muy emocionante".

**BELINDA CHRISTINE BORCK (PAÍSES BAJOS),
FUNDACIÓN CHOCOLONELY**

De todos modos, existen excepciones a este modelo. Haciendo gala de un espíritu emprendedor, algunas pymes con sede en Europa y Estados Unidos han sabido buscarse la vida e involucrarse en proyectos de ayuda a países en vías de desarrollo con los que comparten una conexión. Su motivación está ligada a un vínculo personal. Un ejemplo es **Bloom & Give**, una empresa textil con sede en Dallas dirigida por dos miembros de la diáspora india que promueve la educación de las niñas en su país de origen. Otro es **Tony's Chocolonely**, una empresa de chocolate holandesa cuya fundación promueve la educación en Costa de Marfil y Ghana, países donde obtiene el cacao. Belinda Christine Borck, editora de impacto en la Fundación Chocolonely, compartió el logro importante de una de las iniciativas que encabeza: el programa "Teaching at the Right Level" en Costa de Marfil. "El programa fue un éxito y contribuyó a poner en marcha una iniciativa de alcance nacional más amplia que ahora se está implementando conjuntamente con el Ministerio de Educación de Costa de Marfil, lo cual es muy emocionante", contó Borck.

Apartado 3:

¿Qué miembros de las pymes pueden elegir promover la educación?

En las entrevistas realizadas a pymes y organizaciones intermediadoras se hizo patente que los directores de las compañías, que a menudo son los fundadores, se encargan de decidir las eventuales inversiones en educación.

Si el fundador se ha retirado, la persona que está al mando de la empresa suele respetar sus designios en relación con el impacto en la comunidad y la responsabilidad social corporativa.

Habitualmente, el director ejecutivo o fundador es quien toma la decisión siguiendo requisitos estratégicos y presupuestarios; puede optar por una aportación económica o bien por una ayuda en especie, como liberar tiempo a los empleados para labores de voluntariado en escuelas o eventos o invitar a estudiantes a realizar prácticas o a visitar las instalaciones de la empresa, lo cual requiere la participación de los trabajadores.

En otros casos, como en las pymes más grandes, la decisión recae en el comité administrativo. Scott Thomson, director ejecutivo de la firma de joyería londinense **Astley Clarke**, dijo: "Hay que convencer al equipo directivo. Somos yo y tres o cuatro jefes de departamento, juntos trabajamos para decidir qué respaldaremos".

Manish Arora, director ejecutivo de **Rectifiers and Electronics Pvt. Ltd.** en Nueva Delhi (India), en el 2011 asumió el control de esta compañía con cuarenta años de historia y no tardó en implementar el programa de formación en prácticas de Tata STRIVE para ofrecer experiencia laboral en el sector de la fabricación por encargo a unos veinte estudiantes de Ingeniería cada año. Arora incorporó estas prácticas porque él mismo se había beneficiado de programas similares cuando estudiaba Ingeniería, tanto en la India como en Estados Unidos.

En el marco de la implicación en la comunidad, muchos directores ejecutivos y socios gerentes forman parte de juntas de entidades sin ánimo de lucro y son miembros de redes cívicas y comerciales como Rotary y la cámara de comercio, de modo que conocen de primera mano las necesidades y oportunidades de la educación pública.

Cabe destacar que varias pymes más grandes o consolidadas han establecido sus propias fundaciones a través de las cuales realizan al menos una parte de sus inversiones sociales. Otras pymes de cierto tamaño cuentan con un jefe de responsabilidad social corporativa o con un empleado de recursos humanos a jornada completa que supervisa cómo promueven la educación. En estos casos se aprecia una profesionalización en el modo de desarrollar estrategias y de identificar,

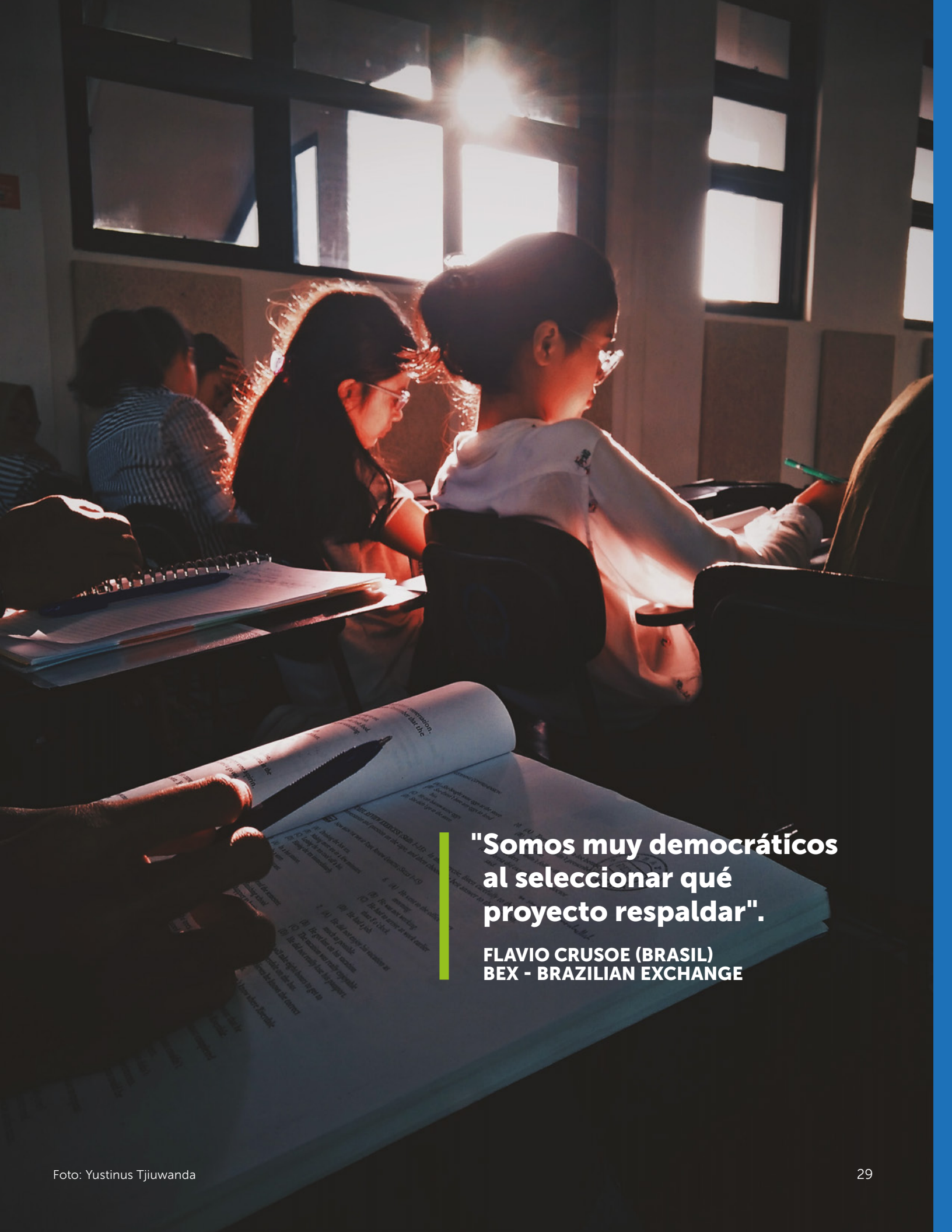
controlar y evaluar proyectos. Los directores de la fundación o los encargados de responsabilidad social corporativa o de recursos humanos aportan sus conocimientos y contactos en consulta con el equipo directivo de la empresa.

En **A&L Goodbody**, un bufete corporativo con sede en Dublín y unos 800 trabajadores repartidos en cuatro países, Sinéad Smith lidera las iniciativas para promover la educación como jefa de responsabilidad corporativa. Responde ante el socio gerente y consulta al socio de la firma que supervisa los aspectos relacionados con la responsabilidad social corporativa. Smith marca las directrices para los amplios programas educativos y elabora el presupuesto anual, que comparte con las dos personas anteriores. "Una vez dan su visto bueno, lo presento al equipo de gestión para su aprobación", explicó Smith.

Claire Gordon, directora de educación y empleo en **Business in the Community Northern Ireland** en Belfast, declaró: "Todo tiene más fuerza cuando el apoyo procede del director ejecutivo, cuando este da ejemplo y exhorta a los empleados a participar en actividades educativas. Su aprobación cubre todo tipo de ayudas". Según Gordon, los recursos humanos se involucran cuando existe el componente de voluntariado.

Algunos líderes incluyen los trabajadores a la hora de elegir cómo ayudar a la comunidad. Flavio Crusoe es el fundador de **BEX - Brazilian Exchange**, una empresa con sede en la ciudad brasileña de Salvador y filiales por todo el país que se especializan en programas de intercambio cultural y cursos de idiomas en el extranjero. BEX destina a iniciativas de responsabilidad social corporativa un porcentaje de los honorarios obtenidos por cada curso de idiomas o programa de intercambio. En palabras de Crusoe: "Somos muy democráticos al seleccionar qué proyecto respaldar". El fundador anima a los gerentes regionales a proponer proyectos en sus respectivas ciudades. Por ejemplo, el equipo local del municipio de Bento Gonçalves, en el sur de Brasil, presentó un proyecto de deporte extraescolar en asociación con el ayuntamiento. Tras determinar que era factible y estaba en línea con su filosofía, Crusoe asignó todos los fondos recaudados por BEX durante un año al proyecto deportivo en Bento Gonçalves.

Allegra Spender, directora ejecutiva de **ABCN (Australian Business and Community Network)**, dijo que la compañía recién incorporada contaba con "una agitadora interna" realmente apasionada por la educación. Spender afirmó lo siguiente: "Ella influyó, así que [...] debe de tener credibilidad dentro de la organización y, obviamente, tenía que ser el momento oportuno para que los líderes pasaran a la acción".



**"Somos muy democráticos
al seleccionar qué
proyecto respaldar".**

**FLAVIO CRUSOE (BRASIL)
BEX - BRAZILIAN EXCHANGE**

Apartado 4:

¿Cuándo deciden promover la educación las pymes?

Algunas empresas deciden promover la educación desde el principio por ser un asunto de interés universal y necesidad imperiosa. Otras, en cambio, no empiezan hasta que el director ejecutivo decide que ya es hora de devolver algo a la comunidad o hasta que alguien toma el relevo en la dirección.

La dirección de **OpabGas**, compañía de Nigeria fundada en el 2018, decidió ayudar a mejorar la tasa de asistencia escolar en su comunidad desde el primer día. Empezaron ayudando a cuatro estudiantes en el 2018 y tenían previsto aumentar la cifra hasta quince en 2020 (la COVID-19 ha afectado sus planes). Resolvieron qué tipo de ayuda proporcionar basándose en las encuestas que realizaron a maestros, padres, líderes de la comunidad y agencias gubernamentales.

En el 2003, pocos meses después de inaugurar su nueva planta en las afueras de Dublín, Lagan Cement (llamada ahora **Breedon Cement**), comenzó a ayudar a su nueva comunidad entablando una colaboración con una escuela cercana a la que asisten alumnos de familias desfavorecidas económicamente. Anna Walsh, responsable de recursos humanos, dijo que su empresa se había unido a **Business in the Community Ireland** el año anterior para planificar cómo promover la educación. Breedon continúa ayudando a estudiantes que corren el riesgo de abandonar la escuela prematuramente.



"El propósito vino antes. Luego pensamos cómo podíamos revolucionar una industria para lograrlo".

ADAM MCCURDIE (AUSTRALIA), HUMANITIX

Dos organizaciones jóvenes (**Humanitix** y **Bloom & Give**) eligieron su causa antes de iniciar sus empresas. Humanitix es una organización benéfica fundada en el 2016 que gestiona un servicio de venta de entradas en Australia y Nueva Zelanda, mientras que Bloom & Give es una empresa social con sede en EE. UU. que lleva cinco años vendiendo en línea tejidos fabricados a mano en la India. En ambos casos, los cofundadores optaron por promover la educación de las niñas. Durante un viaje al estado indio de Rajastán tras haber abandonado sus respectivas carreras profesionales en start-ups de tecnología de Estados Unidos, los

cofundadores de Bloom & Give Partha Raghunathan y Madhu Rajendran aseguraron que sus vidas cambiaron cuando descubrieron la técnica del estampado con bloques en tejidos artesanales. Al mismo tiempo, el regreso a su país de origen los expuso de nuevo a la desigualdad de género en el ámbito educativo. Así pues, decidieron exportar tejidos de distintas regiones y donar el 50 % de sus beneficios a la educación de las niñas en la India.

Adam McCurdie, cofundador de Humanitix, se expresó así: "El propósito [de la organización] vino antes [tras meses de investigación]. Luego pensamos cómo podíamos revolucionar una industria para lograr este propósito. Finalmente, se nos ocurrió que la venta de entradas era la manera adecuada". Humanitix promueve la educación de las niñas mediante Room to Read y ofrece becas a estudiantes indígenas de Australia a través de otro programa.

Otras compañías responden a las necesidades que identifican en la comunidad tras unos años trabajando en el terreno. En su sexto año de actividad, **Du Anyam**, una empresa social indonesia que produce y vende productos de mimbre elaborados en la isla de Flores (Nusa Tenggara Oriental), empezó a ofrecer becas a los hijos de sus tejedoras. En Dallas, Ken Barth, presidente de **Symphonic Source** Inc. y director ejecutivo de **Catalogic Software**, y unos cuantos empresarios de éxito más comenzaron a promover la educación hace unos quince años. En aquella época, el desempeño académico del Distrito Escolar Independiente de Dallas estaba en serio declive y las escuelas de los barrios pobres pasaban apuros para ayudar a sus alumnos. Hoy en día, el gran distrito escolar metropolitano de Dallas es uno de los que mejora más deprisa en todo el país (véase el apartado 9, "Foco en Dallas, Texas").

El momento en que una pyme empieza a promover la educación depende de numerosos factores. Unas eligen hacerlo desde el principio o pocos años después de alcanzar estabilidad como muestra de agradecimiento a la comunidad.



Foto: Kiana Bosman

Apartado 5:

¿Cómo contribuyen a la educación las pymes?

Al realizar las entrevistas, se prestó especial atención en comprender plenamente cómo promueven la educación las pymes.

Las conversaciones mantenidas han revelado que las acciones de las pymes son muy diversas, tanto por el tipo de iniciativas que adoptan como por los mecanismos de que se sirven. A continuación se detalla lo que se ha averiguado sobre los enfoques de las pymes.

Tipos de iniciativas para promover la educación

Las pymes que promueven la educación en su comunidad local suelen ayudar a los estudiantes o a las escuelas locales. Esta contribución directa resulta especialmente significativa para las pymes cuyos directivos y empleados tienen raíces en las comunidades donde trabajan. Las interacciones entre pymes y estudiantes o escuelas adoptan muchas formas distintas. En algunos casos, las empresas y sus trabajadores ofrecen asistencia individualizada como la orientación profesional, la experiencia laboral supervisada, la tutoría, la financiación de becas, la formación o la organización de programas extraescolares.



"¿Por qué no respaldar proyectos educativos que llevan entre diez y quince años en marcha y han evolucionado con éxito?"

LUIZ FERNANDO FIGUEIREDO (BRASIL), MAUÁ CAPITAL

Los directores de las pymes también señalaron la importancia de respaldar programas ya establecidos de comprobado resultado en las escuelas. Luiz Fernando Figueiredo, fundador y director ejecutivo de la firma brasileña de gestión de activos **Mauá Capital**, remarcó: "¿Cuál es el objetivo? ¿Impulsar un proyecto propio o ayudar a tantos niños como sea posible? Si es lo segundo, ¿por qué no respaldar proyectos educativos que llevan entre diez y quince años en marcha y han evolucionado con éxito?"

Orientación profesional

La orientación profesional es una manera importante de proporcionar ayuda directa que permite a los estudiantes aplicar lo aprendido en el mundo real. Dalreen Buchanan, responsable de soporte empresarial en

Ulster Carpets, una empresa de diseño y fabricación de alfombras de lujo de Portadown (Irlanda del Norte, Reino Unido), saca a colación el hecho de que algunos empleados de la compañía hablan varios idiomas para demostrar a los estudiantes del barrio que aprender otra lengua puede abrirles muchas puertas en el ámbito profesional. "Pedimos a los miembros multilingües de nuestro equipo de ventas que vayan a escuelas locales y cuenten abiertamente a los jóvenes que haber estudiado una segunda o tercera lengua les ha brindado oportunidades laborales en muchos sectores", explicó Buchanan. "A través de un diálogo informal, los estudiantes descubren el potencial de lo que tienen al alcance en sus futuras carreras". El emprendedor especializado en financiación comercial Sandeep Sesodia, fundador y director de **MGPS Commercial Finance Ltd.** en New Milton (Inglaterra, Reino Unido), ha presentado carreras en el ámbito financiero a estudiantes de su comunidad, así como oportunidades en otros sectores florecientes de la zona. Su propósito es garantizar que los estudiantes conozcan las numerosas vías profesionales que pueden tomar al terminar la escuela. "Se trata de mostrar a los estudiantes la amplia variedad de carreras posibles", dijo Sesodia.

"Se trata de mostrar a los estudiantes la amplia variedad de carreras posibles".

**SANDEEP SESODIA (REINO UNIDO),
MGPS COMMERCIAL FINANCE LTD.**

Algunas pymes van más lejos al combinar la orientación profesional con el desarrollo de aptitudes. **HarozTec**, una compañía de ingeniería robótica e inteligencia artificial con sede en Dallas, respalda el programa de educación secundaria y superior anticipada de Pathways in Technology (P-TECH) en el Distrito Escolar Independiente de Dallas. P-TECH ofrece a estudiantes de familias desfavorecidas económicamente la oportunidad de graduarse en cuatro años obteniendo tanto un diploma de secundaria como un grado de licenciatura otorgado por un colegio universitario acreditado. Cuando Terrence Southern, director ejecutivo de HarozTec, empezó a trabajar en el instituto de secundaria Lincoln, declaró lo siguiente: "Cuando los estudiantes oyen hablar de logística o transporte, piensan en camiones y carretillas". Actualmente (sobre todo en el contexto de la crisis ocasionada por la COVID-19), muchas industrias invierten en robots para el reparto de paquetes, así que Southern enseña a los alumnos a pilotar drones y los anima a participar en competiciones. También les recomienda que se saquen la licencia de piloto de drones, pues se puede obtener con 16 años siempre que aprendan las normas de seguridad para el control del tráfico aéreo. "Si disponen de licencia, pueden solicitar empleos en el ejército estadounidense, empresas de transporte, compañías de GPS y más. Hay un montón de trabajos



"Invitamos a estudiantes a nuestro lugar de trabajo para que conozcan al personal y entiendan la función de todos los departamentos de la compañía".

TAYLOR SHEAD (EE. UU.), STEMULI

relacionados con los drones", añadió Southern. Hay un ejemplo similar en Australia, donde Tracey Cuttriss-Smith, directora ejecutiva de la empresa social de coste neutro **C-Res (Community Resourcing for the Future)**, afirmó que colaboran con institutos de secundaria en el desarrollo de programas para los trabajadores del futuro. "Durante un par de años hemos destinado fondos a siete institutos de secundaria de Queensland Central para implementar programas de certificación en que los estudiantes reciben un certificado nacional para pilotar drones", contó Cuttriss-Smith. Estos ejemplos subrayan cómo los empleados de las pymes pueden ofrecer orientación profesional a la vez que fomentar el desarrollo de habilidades concretas.

Experiencia laboral supervisada

De un modo parecido, la experiencia laboral supervisada ayuda a los jóvenes a entender de verdad el mundo profesional. **STEMuli**, en Dallas, es un ejemplo de pyme que acoge a estudiantes en sus oficinas para que adquieran experiencia en el ámbito laboral. Taylor Shead, fundadora y directora ejecutiva de STEMuli, dijo: "Invitamos a estudiantes a nuestro lugar de trabajo para que conozcan al personal y entiendan la función de todos los departamentos de la compañía". La empresa organiza talleres con alumnos de secundaria en los cuales se presentan las distintas actividades que llevan a cabo, como el control de calidad y la captación de clientes. Algunos estudiantes se han incorporado como becarios a STEMuli mientras estudian una carrera universitaria.

De forma similar, el programa "Skills @ Work" de **Business in the Community Ireland** brinda la oportunidad de trabajar con estudiantes de dieciséis años de un centro educativo local de altas necesidades a los empleados de **Horse Racing Ireland**, el ente rector con sede en Kildare que supervisa las carreras de caballos a escala nacional. Kate Roche, administradora de la pyme, manifestó: "Les mostramos cómo es trabajar en una empresa. Dan una vuelta por las instalaciones y el personal les encarga tareas. Realizamos talleres sobre currículums y prácticas de entrevistas simuladas. Incluso los llevamos un día al hipódromo. Estos programas muestran la realidad del mundo laboral a la juventud y permiten comenzar a crear una cartera de talentos a largo plazo para las empresas".

Tutoría

La tutoría es otro método popular para interactuar directamente con estudiantes de primaria que requieren ayuda con la lectura y/o las matemáticas. Lo más típico es asignar uno o dos niños a algún empleado de la pyme durante un período específico. Los empleados que hacen las veces de tutores afirman que aprecian la oportunidad de generar un impacto directo en los estudiantes. El bufete corporativo con sede en Dublín **A&L Goodbody** ha participado ocho años en el programa de lectura de Suas, una organización benéfica que promueve la alfabetización de los niños desfavorecidos en Irlanda, la India, Kenia y Zambia. Sinéad Smith, jefa de responsabilidad corporativa, comentó lo siguiente: "Esta es una de las iniciativas favoritas. Siempre hay lista de espera porque es una experiencia de lo más agradable: se trata de leer con dos niños (media hora con cada uno) una vez a la semana. Es algo muy factible, ya que los voluntarios acuden a la escuela antes de iniciar su jornada laboral".

Becas

Algunas pymes proporcionan ayudas económicas a ciertos estudiantes y sus familias, a menudo en forma de becas. **Du Anyam**, una empresa social indonesia que produce y vende productos de mimbre elaborados en la isla de Flores (Nusa Tenggara Oriental) por mujeres, adopta un enfoque único en sus contribuciones financieras. Cada año, la empresa lleva a cabo un estudio de impacto; gracias a ello, recientemente ha descubierto que la educación de los hijos (en concreto, las cuotas escolares) suponía uno de los tres gastos principales para sus tejedoras. En consecuencia, la compañía decidió ayudar a sus trabajadoras con dicho gasto. Hanna Kerat, cofundadora y jefa de comunidad y colaboración de Du Anyam, explicó su decisión con estas palabras: "Creemos que si aligeramos la carga de ese gasto [en educación], podrían depositar dinero extra en entidades financieras para emergencias o usarlo en alimentación y salud, lo cual nunca ha sido prioritario en los gastos familiares".

En Ilorin (Nigeria), el proveedor de gas doméstico **OpabGas** decidió conceder becas a niños no escolarizados de la comunidad local, especialmente a niñas. El cofundador de OpabGas Olasupo Abideen y sus colegas averiguaron a través de una evaluación de las necesidades de la comunidad que muchas niñas no asistían a clase debido a la falta de uniformes, material para escribir, compresas y otros útiles. La empresa se percató enseguida de que el problema se podía resolver. "Aunque no podremos sacar a todo el mundo de la pobreza, sí podemos regalar

uniformes y material escolar a vuestros hijos, así como ofrecerles una beca que cubra las cuotas escolares", dijo Abideen a los miembros de su comunidad.

Programas extraescolares

Algunas pymes consideran que los programas extraescolares son vitales para el desarrollo social y emocional de los estudiantes. Por ejemplo, **BEX - Brazilian Exchange**, una empresa que vende programas de intercambio cultural y cursos de idiomas en el extranjero, ha invertido en actividades extracurriculares (como los deportes) para jóvenes. La ayuda de la compañía se extiende a organizaciones comunitarias que montan ligas deportivas juveniles inclusive donación de equipamiento. Por su parte, **Ulster Carpets** ha hecho contribuciones a programas musicales en Irlanda del Norte, incluyendo el patrocinio de una iniciativa de música orquestal en un centro de estudios integrado para niños y jóvenes con necesidades educativas especiales.

Formación profesional

Un subconjunto de las pymes entrevistadas opera como empresas sociales, lo que les permite proporcionar formación profesional a jóvenes (que normalmente ya han dejado atrás la edad de la educación secundaria) en países en vías de desarrollo. Por ejemplo, **Alternative Waste Technologies**, una empresa con sede en Nairobi (Kenia) que convierte residuos orgánicos y de carbón vegetal en briquetas ecológicas de bajo coste usadas para calentar los hogares, está desarrollando un modelo empresarial para enseñar a los jóvenes que han abandonado la escuela a llevar sus propios negocios. Como dijo la fundadora Stella Sigana: "Siguiendo el modelo 'Camino hacia la propiedad', contratamos a jóvenes como empleados y, mediante un programa de formación y tutoría continuas, los ayudamos a desarrollarse para convertirse en supervisores, gerentes y, en última instancia, propietarios de una franquicia de Alternative Waste Technologies". En vez de centrarse únicamente en las destrezas empresariales, el programa curricular también incluye unidades sobre salud sexual y reproductiva y sobre habilidades para la vida. "De esta forma, incluso si no se quedan en nuestra compañía habrán adquirido aptitudes que les permitirán avanzar en la vida", concluyó Sigana.

Es habitual que las pymes aprovechen su experiencia técnica para formar y contratar empleados, pero también se pueden ampliar los programas curriculares para enseñar competencias tangibles a los estudiantes en



"Creo firmemente en el código abierto y la metodología del bien común".

LINA ZDRULI (EE. UU.), DAFERO

otros contextos. **Dafero**, una empresa de producción de alimentos con sede en Washington D.C. que elabora saludables mermeladas de dátil y da trabajo a mujeres refugiadas y supervivientes de la trata, se estableció con un modelo de impacto social similar. Esta pyme desarrolló módulos de formación en línea para enseñar a las empleadas cómo se elaboran los productos de la compañía. Tras implementar este programa de formación técnica, la fundadora y directora ejecutiva de Dafero, Lina Zdruli, cayó en la cuenta de que a sus trabajadoras les interesaba adquirir otras habilidades para la vida, de modo que la empresa elaboró cursos sobre finanzas, educación infantil, los derechos de las mujeres, salud, higiene y otros temas. A continuación, Zdruli estableció una fundación corporativa para poner estos materiales a disposición de todas las mujeres del mundo. "Creo firmemente en el código abierto y la metodología del bien común", explicó. "Ya que nos habíamos esforzado tanto en crear [estos materiales], ¿por qué no compartirlos con los demás para facilitar la integración de las poblaciones vulnerables en el mundo laboral?".

El **Grupo Britannica**, líder mundial en conocimientos y transformación del aprendizaje, atiende las necesidades de estudiantes, amantes del saber y profesionales ofreciendo programas curriculares, cursos de idiomas, enciclopedias digitales y preparación para el mercado laboral. Esta empresa ha diseñado un programa de formación profesional específicamente para educadores que han dado el salto a la enseñanza virtual durante la pandemia. Asimismo, en este período la empresa ha lanzado varias soluciones de aprendizaje, incluyendo la de impresión bajo demanda en colaboración con HP Inc., así como módulos de aprendizaje para usuarios sin conexión o con un nivel bajo de ancho de banda para reducir la brecha digital y mejorar los resultados obtenidos. Karthik Krishnan, director ejecutivo mundial del Grupo Britannica, declaró:

"En respuesta a la COVID, hemos proporcionado muchos recursos educativos a los sistemas escolares. Por ejemplo, hemos formado gratis a 1600 maestros de Guatemala en métodos de enseñanza a distancia. También les hemos concedido acceso a nuestras soluciones de aprendizaje y les hemos enseñado a sacarles el máximo provecho, así como a inspirar y fomentar la participación de los estudiantes en un entorno educativo a distancia".



"En respuesta a la COVID, hemos proporcionado muchos recursos educativos a los sistemas escolares".

KARTHIK KRISHNAN (EE. UU.), GRUPO BRITANNICA

Las pymes también contribuyen a desarrollar infraestructuras digitales para la educación. Keith Thode, director ejecutivo y científico jefe de **AdvanceNet Labs** en Dallas (Texas), ve la educación "como una palanca que ofrece oportunidades y opciones". Mediante un acuerdo con una importante empresa de tecnología, AdvanceNet Labs adapta a las necesidades del sector social un software cuyo desarrollo cuesta millones de dólares y lo ofrece gratis o a cambio de una modesta tasa de copago. Una de las propuestas de esta firma para entidades sin ánimo de lucro y sistemas escolares con pocos recursos es el Mercado de Empoderamiento de la Educación, una colección integral de tecnologías de aprendizaje, empleo y gestión del impacto. También ha creado una aplicación móvil de formación a distancia que se puede usar en programas extraescolares y cursos para adultos, así como aplicaciones útiles en todas las etapas educativas, desde la preescolar hasta la superior.

Inversión en infraestructuras

Las pymes también invierten en infraestructuras físicas (por ejemplo, mejorando las instalaciones escolares para la instrucción presencial). Joginder Kalra, propietario de **Multan Soap Works** en Godhra (India), reveló que, como miembro del club local de Rotary, él y otros dirigentes empresariales ayudaron a reformar una escuela. "No había ningún espacio adecuado donde los niños pudieran sentarse y aprender, así que recaudamos fondos para solucionarlo", dijo Kalra. Las mejoras ayudaron a "crear un aula con asientos y otras comodidades necesarias para que los alumnos se sientan a gusto".

Defensa de políticas educativas

Las entrevistas realizadas en Texas desvelaron cómo algunas empresas (incluidas pymes) han usado su influencia para ejercer un impacto positivo en las políticas educativas. Su experiencia sugiere que, cuando los líderes corporativos colaboran con los actores del ámbito educativo en estrategias para elaborar nuevas políticas educativas, es más probable que los legisladores respondan de manera favorable. Por ejemplo, algunas compañías apoyaron una importante ley estatal en el 2019 que reformó la financiación de la educación aportando más de 6500 millones de



"Es esencial que los dirigentes empresariales asuman su rol a la hora de definir una política estatal fuerte. Al fin y al cabo, el éxito de los estudiantes sostiene los intereses particulares de las empresas en el talento y el crecimiento económico".

GEORGE TANG (EE. UU.), EDUCATE TEXAS

dólares a las aulas e incrementando la remuneración de los profesores con la oportunidad de destinar 4000 millones de dólares más a incentivos basados en los resultados. "Es esencial que los dirigentes empresariales asuman su rol a la hora de definir una política estatal fuerte. Al fin y al cabo, el éxito de los estudiantes sostiene los intereses particulares de las empresas en el talento y el crecimiento económico", afirmó George Tang, director gerente de Educate Texas, una iniciativa de Communities Foundation of Texas orientada a reforzar la educación superior y pública del estado.

Además, los directores de algunas compañías entrevistadas han sido elegidos miembros de juntas escolares o de juntas de entidades educativas sin ánimo de lucro, lo cual aumenta su influencia política.

Mecanismos para promover la educación

Mientras que unas pymes ayudan directamente a los estudiantes o a las escuelas, otras lo hacen a través de terceras instituciones. A continuación se detalla lo que se ha averiguado sobre los distintos mecanismos utilizados por las pymes para promover la educación.

Asesorías filantrópicas

Algunas pymes recurren a asesores de filantropía para que las orienten sobre cómo y dónde distribuir sus donativos en materia de educación. Otras de EE. UU., en cambio, eligen contribuir a los llamados "fondos asesorados por donantes" para promover determinadas causas educativas.

Hazel's Expedited Freight, una empresa de transporte y logística con sede en Dallas, hace donativos a un fondo de este tipo a través de Communities Foundation of Texas. "También aplicamos deducciones opcionales en la nómina de los empleados que desean aportar dinero extra a nuestro fondo", manifestó el director ejecutivo Dustin Marshall. Añade que la compañía "iguala el 100 % de las contribuciones de los trabajadores". Con este método, tanto la empresa como los empleados que participan pueden generar un impacto en múltiples entidades educativas sin ánimo de lucro.

Fundaciones e institutos corporativos

En otros casos, las pymes han establecido fundaciones corporativas para asegurar contribuciones estratégicas, coherentes y continuas a causas educativas. Por ejemplo, **Ulster Carpets** (en Portadown, Irlanda del Norte) y **A&L Goodbody** (en Dublín, Irlanda) crearon fundaciones benéficas como tributo a un exdirector y a un exsocio, respectivamente, para financiar (en parte) iniciativas educativas como becas. Los directivos de **Nexxera**, una pyme de tecnología financiera de Florianópolis (Brasil), fundaron un instituto sin ánimo de lucro unos quince años después de iniciar sus operaciones. Financiado por la rama lucrativa de la empresa, el **Instituto Nexxera** organiza programas extraescolares de inclusión social para estudiantes de la comunidad local. La **Fundación Chocolonely**, establecida por Tony's Chocolonely, una empresa de chocolate de Ámsterdam (Países Bajos) comprometida con el impacto social, recibe actualmente el 1 % de los beneficios anuales de la pyme. La misión de la compañía y de su fundación es "erradicar la esclavitud de la industria del chocolate". Centrada en una producción de chocolate sostenible y ética, sobre todo en África Occidental, esta fundación financia una serie de iniciativas educativas, como el programa de alfabetización y aritmética para alumnos de primaria gestionado por la Fundación Jacobs en Costa de Marfil, país donde Tony's Chocolonely obtiene buena parte del cacao.

Organizaciones intermediadoras

Algunas organizaciones intermediadoras sin ánimo de lucro proporcionan marcos de trabajo y programas estructurados para pymes que quieren promover la educación localmente. Con frecuencia, estas entidades de intermediación establecen la conexión crucial entre una empresa interesada y una escuela local. *(En el apartado 8 se detalla el papel de las organizaciones intermediadoras).*

Concienciación sobre la causa

En las entrevistas realizadas se habló repetidamente de colaboraciones entre pymes y entidades sin ánimo de lucro. Cabe citar a CAMFED y Room to Read, que impulsan iniciativas educativas diversas. Este tipo de colaboración también puede reforzar la imagen de marca de la pyme y concienciar al público acerca de las causas que apoya. Muchas pymes optan por esta vía porque saben que las entidades sin ánimo de lucro a las que contribuyen poseen experiencia y ya tienen en marcha sus programas.

Ciertas pymes donan un porcentaje de sus ventas o ganancias para promover la educación. Ashley Johnson, fundadora de la empresa

de venta de gafas de sol en línea con sede en Hawái llamada **Mohala Eyewear**, afirmó que lo que la inspiró a centrar sus iniciativas de filantropía en las mujeres y la educación fue el documental *Half the Sky: Turning Oppression into Opportunity for Women Worldwide* (La mitad del cielo: mujeres del mundo que han convertido la opresión en oportunidad). En la película se destaca el papel de Room to Read, una entidad educativa global sin ánimo de lucro que tiene el objetivo de "desarrollar la alfabetización y el hábito lector entre los alumnos de primaria y ayudar a las niñas a completar los estudios de secundaria adquiriendo las habilidades necesarias para tener éxito en el ámbito académico y en la vida". Johnson investigó la entidad, leyó un libro escrito por su fundador y, finalmente, contactó con su equipo para solicitar una colaboración. "Gracias a Room to Read, descubrí el coste de donar una semana de escolarización por cada gafa que vendemos", comentó Johnson. Ahora, en todas las páginas web de producto de esta compañía se enfatiza de qué modo contribuye cada compra a la educación de las niñas. "Hoy, todas las gafas de sol tienen poder", añadió.

"Usamos los objetivos de la ONU para intentar explicar con palabras sencillas las formas que existen de marcar la diferencia en la reducción de la pobreza".

PRASHANT MEHTA (EE. UU.), CONSCIOUS STEP

Conscious Step, una empresa de Brooklyn (Nueva York) que produce calcetines con métodos éticos y sostenibles, sensibiliza a la gente sobre varias causas y recauda fondos destinados a ellas. "Usamos los objetivos de la ONU para intentar explicar con palabras sencillas las formas que existen de marcar la diferencia en la reducción de la pobreza", aclaró el fundador y director ejecutivo Prashant Mehta. También en este caso, Room to Read es la entidad educativa sin ánimo de lucro a la que han elegido donar una parte de los beneficios obtenidos con cada venta del producto "socks that give books" (calcetines que regalan libros).

Humanitix, una organización benéfica fundada en el 2016 que gestiona un servicio de venta de entradas en línea en Australia y Nueva Zelanda, reparte sus ingresos (tras deducir los gastos) entre Room to Read y un programa nacional que ofrece becas a estudiantes indígenas. Los organizadores de eventos que utilizan la plataforma de Humanitix pueden seleccionar dónde destinar su donativo, y en el sitio web aparece el número total de días de escolarización financiados mediante la venta de entradas.



Evaluación del impacto

Cada vez más empresas quieren analizar bien el retorno de inversión, incluso en el caso de las contribuciones filantrópicas. Los entrevistados revelaron diferentes maneras de evaluar el impacto de sus aportaciones. Algunos confían en pruebas anecdóticas, pero otros se basan en evaluaciones más formales. Por ejemplo,

OpabGas (Nigeria) desarrolló un sistema de seguimiento. Olasupo Abideen, director ejecutivo, explicó que el marco de supervisión y valoración de la compañía les ha permitido "evaluar cómo estamos ayudando a los niños de la comunidad".

Keith Thode, director ejecutivo y científico jefe de **AdvanceNet Labs** (Dallas, Texas), y su equipo de ingenieros de software emplean la tecnología para desarrollar herramientas de evaluación que analizan el impacto a largo plazo para las entidades educativas sin ánimo de lucro y el sector de la educación para adultos. Ayudan a recabar datos de impacto más definidos sobre la retención, las habilidades y los resultados cuantificables en un esfuerzo por solucionar el desafío que afrontan las entidades educativas sin ánimo de lucro una vez que los estudiantes abandonan el programa y resulta complicado obtener la información necesaria para llevar a cabo una evaluación a largo plazo.

Otras veces, como en el caso de **Humanitix** o la empresa de moda en línea **Marcellamoda**, el impacto se mide convirtiendo el valor de sus contribuciones económicas en el número de días o años de escolarización de niñas que han financiado. Otras pymes reciben informes anuales de su organización intermediadora o realizan visitas para evaluar el impacto personalmente.

¿Cómo promueven la educación las pequeñas y medianas empresas?

- ▶ **Orientación profesional:** colaborar con escuelas o programas para ayudar a los estudiantes a comprender qué oportunidades laborales les aguardan en el futuro y fomentar el desarrollo de habilidades.
- ▶ **Tutoría:** interactuar directamente con estudiantes que requieren ayuda con la lectura y/o las matemáticas.
- ▶ **Becas:** proporcionar ayudas económicas a alumnos o sus familias para cubrir las cuotas escolares.
- ▶ **Programas extraescolares:** invertir en programas musicales, deportivos o de otra índole para favorecer el desarrollo social y emocional de los estudiantes.
- ▶ **Formación profesional:** facilitar la adquisición de competencias y brindar oportunidades a adultos jóvenes o empleados.
- ▶ **Aportaciones económicas o ayudas en especie:** realizar contribuciones directas o indirectas a escuelas u organizaciones sin ánimo de lucro.
- ▶ **Defensa de políticas educativas:** trabajar con los actores del ámbito educativo para promover y definir políticas educativas.

Apartado 6:

¿Qué beneficios obtienen las pymes que contribuyen a la educación?

Como se ha indicado en otros apartados de este informe, el motivo principal que mueve a las pymes a promover la educación es el deseo de cambiar las cosas ayudando a los jóvenes a obtener los conocimientos y las aptitudes que los empezarán a preparar para la vida adulta y contribuyendo a construir un mundo mejor.

En consecuencia, varias de las pymes entrevistadas no ambicionan beneficios económicos como un incremento en las ventas, la cartera de clientes o las ganancias. En lugar de eso, estas pymes sienten una gran satisfacción sabiendo que sus contribuciones a la educación ayudan a hacer realidad la esperanza de ofrecer un porvenir mejor a la próxima generación.

En este caso, su "retorno de inversión" consiste en ver que la educación funciona mejor en sus ciudades o comunidades locales y que los futuros trabajadores salen más preparados. Y lo mismo ocurre con las pymes que financian programas de ayuda lejos de su lugar de origen, como los orientados a erradicar el analfabetismo en los países en vías de desarrollo o a garantizar el acceso a una educación asequible y de calidad en los países donde obtienen materias primas o contratan mano de obra para fabricar sus productos.

Al preguntar a las empresas si obtenían beneficios comerciales u operativos promoviendo la educación, sus respuestas fueron discretas y parecidas. Los ejemplos más cercanos a un retorno de inversión directo corresponden a empresas que consideran su contribución a la educación como una forma de mejorar el estado y la vitalidad de los lugares donde están radicadas o tienen una presencia notable.



"Una de las soluciones al trabajo infantil es ofrecer acceso a una educación de calidad".

**BELINDA CHRISTINE BORCK (PAÍSES BAJOS),
FUNDACIÓN CHOCOLONELY**

Por ejemplo, **Tony's Chocolonely** es una empresa con sede en Ámsterdam preocupada por su impacto que obtiene el cacao para elaborar su chocolate exclusivamente en plantaciones de Ghana y Costa de Marfil con sistemas para detectar y remediar el trabajo forzado. La pobreza y la falta de acceso a la educación son dos de las causas de que aún exista el trabajo infantil. Así pues, además de esforzarse por erradicar el trabajo forzado, la compañía dona el 1 % de sus beneficios

anuales a la Fundación Chocolonely, la cual subvenciona programas educativos en Ghana y Costa de Marfil. Belinda Christine Borck, encargada de supervisar el impacto de la Fundación Chocolonely, lo expresó así: "Nuestra misión es muy clara. Hablamos de trabajo forzado y de trabajo infantil. Y una de las soluciones al trabajo infantil es ofrecer acceso a una educación de calidad".

Taylor Shead, fundadora y directora ejecutiva de **STEMuli**, una empresa de tecnología educativa propiedad de mujeres, confesó que la compañía obtuvo un beneficio inesperado gracias a su labor como orientadora voluntaria en el programa de educación secundaria y superior anticipada de Pathways in Technology (P-TECH) en las escuelas públicas de Dallas. De hecho, inició un nuevo negocio que dio trabajo a sus estudiantes. Shead contó que, cuando las escuelas se vieron obligadas a cerrar debido a la COVID-19, acudieron a STEMuli para crear un aula virtual. Aunque la empresa ya se había centrado antes en el aprendizaje en el lugar de trabajo, ahora debían asistir a alumnos, maestros y padres. Shead dijo que algunos de los estudiantes que había tenido en el programa de P-TECH "pudieron subirse al carro inmediatamente porque sabían cómo mantener la organización y conocían nuestra cultura de comunicación con los clientes". "De este modo, tuvimos que pedirles que sacaran las castañas del fuego el primer día de clase. Fue una locura, pero salió bien".

En **Padex Automotriz**, un taller de reparación de automóviles de Cobán (Guatemala), la cofundadora Isabel Monterroso afirmó que el retorno de inversiones en educación de su compañía consistía en "ayudarnos a crecer como país, ya que dispondremos de mano de obra cualificada", a lo cual añadió: "Creo que constituimos un ejemplo para los demás".

Aunque no fueron capaces de traducir esto en beneficios cuantificables, durante las entrevistas varios directores de empresas que han integrado una misión social a su actividad mencionaron el hecho de que gracias a ello resultaban más atractivas de cara a los trabajadores o mantenían alta su moral.

Ashley Johnson, fundadora de la empresa en línea **Mohala Eyewear** con sede en Honolulu (Hawái) que dona un porcentaje de las ventas al programa de alfabetización global de Room to Read, dijo: "Todavía no tengo un gran presupuesto para las nóminas o el marketing. Pero he logrado atraer a freelance, socios y becarios con talento y ganas de trabajar (muchos pertenecientes a la generación Z) porque les importa nuestra misión".

En **Hazel's Expedited Freight**, una empresa de transporte y logística con sede en Dallas, el director ejecutivo Dustin Marshall destacó que las labores de voluntariado de los empleados para el Distrito Escolar Independiente de Dallas, como plantar un huerto o pintar una

escuela, "contribuyen al trabajo en equipo y a subir la moral". "Y, para algunos de nuestros trabajadores más jóvenes, pienso que representa una oportunidad para desarrollar ciertas aptitudes y participar en conversaciones importantes que no tendrían en un contexto empresarial".

Según Andy Huszar, cofundador de la empresa de moda femenina **Marcellamoda** (Nueva York), los empleados se muestran "eufóricos" por su colaboración con CAMFED, una entidad sin ánimo de lucro que se ocupa de mejorar la educación de las niñas en África. "Hablan de lo motivados que están y de lo fantástico que es trabajar en una compañía que toma tal iniciativa", aseguró Huszar.

"Invertimos muchas horas y energías mientras [los estudiantes] nos acompañan. Durante ese breve período, nosotros contamos con mentes aptas para la ingeniería y ellos se dan a conocer. Es una situación en la que todos salimos ganando".

MANISH ARORA (INDIA), RECTIFIERS AND ELECTRONICS PVT. LTD.

Manish Arora, director ejecutivo de **Rectifiers and Electronics Pvt. Ltd.** en Nueva Delhi (India), declaró que su empresa se beneficia de los entusiastas estudiantes de ingeniería que realizan una formación en prácticas con ellos y a menudo acaban trabajando allí unos años a jornada completa. "Invertimos muchas horas y energía mientras nos acompañan. Durante ese breve período, nosotros contamos con mentes aptas para la ingeniería y ellos se dan a conocer. Es una situación en la que todos salimos ganando".

En **Bloom & Give**, una empresa de venta de tejidos en línea con sede en Dallas, los empleados también se enorgullecen de la misión social de la compañía, aseguró el cofundador Partha Raghunathan, quien realiza donativos a programas orientados a la educación de las niñas India, su país de origen. "La moral es alta y, en general, la gente se siente muy satisfecha de formar parte de algo más grande", manifestó Raghunathan. "Contar con un equipo más motivado ha marcado la diferencia internamente".

La comunidad no es la única beneficiada del programa extraescolar que **W3 Indústria Metalúrgica Ltda.**, una empresa de mobiliario industrial y de oficina con sede en Ponta Grossa (Brasil), organiza in situ para niños de la zona. Diego Polese, que supervisa el programa, dijo que, cuando estudiantes, padres y familiares se miran entre sí, mientras los niños cruzan las instalaciones de la fábrica de camino a la cafetería, "se aprecia un cambio en la atmósfera del entorno de trabajo".

Algunos entrevistados revelaron que a los clientes les gusta saber que un porcentaje de las ventas o ganancias se destinan a causas nobles. Pero, incluso en dichos casos, solo unos pocos admitieron que buscaban obtener un beneficio comercial tangible con sus inversiones en educación.

Por ejemplo, Marcellamoda no quiere que su colaboración con CAMFED (basada en las ventas de Two Lines, una nueva marca que lanzará en 2021) sea un gancho promocional para atraer a nuevos clientes. Huszar lo explicó así: "La misión no debería influir en las primeras adquisiciones. Puede que sea un factor importante en las ventas sucesivas. Pero se trata más bien de una herramienta para mejorar la fidelidad, no de una razón para que la gente decida comprar los productos. Estos tienen que venderse por sí solos".

Del mismo modo, Joginder Kalra, propietario de **Multan Soap Works** en Godhra (India), afirmó que si él y sus colegas del club local de Rotary tomaron la decisión de recaudar fondos para reformar una escuela no fue porque esperaran obtener beneficios para sus empresas, sino porque era lo correcto. Kalra contó que los miembros del club realizan sesiones de lluvias de ideas. "Alguien hizo esta propuesta y todo el mundo estuvo de acuerdo". Así llegaron al proyecto de reestructuración de la escuela.



"El beneficio para mi negocio es que todo el mundo aprecia que te involucres en alguna forma de responsabilidad social corporativa".

MARIA SCOTT (AUSTRALIA), EYE 2 CONNECT

Maria Scott, propietaria de **Eye 2 Connect**, una empresa de Sidney especializada en el marketing dentro del sector inmobiliario y miembro de la junta de Peer Support Australia, una entidad sin ánimo de lucro que lleva casi cincuenta años trabajando con escuelas de todo el país para garantizar el bienestar de los estudiantes, dijo lo siguiente: "El beneficio para mi negocio es que todo el mundo aprecia que te involucres en alguna forma de responsabilidad social corporativa. Y yo trabajo con promotores [inmobiliarios] que disponen de sólidos programas de RSC, así que supone una ayuda afín para mí".

En definitiva, si el retorno de inversión se mide en términos de recompensa emocional, los directores de las pymes entrevistados están recibiendo mucho más de lo que dan.

Citando a Marshall de Hazel's Expedited Freight: "Opino que, si resolvemos el problema de la educación, resolveremos casi todos los otros males de la sociedad".



Apartado 7:

¿Qué desafíos afrontan las pymes al promover la educación?

Independientemente de su tamaño, las compañías a menudo descubren que, pese a sus ganas de promover la educación, no es fácil pasar a la acción.

Es habitual que los directores de pequeñas empresas no sepan cómo empezar debido a la ausencia de modelos adecuados que seguir o de fuentes a las que pedir consejo. Aun así, muchas personas entrevistadas han desarrollado desde cero sus propios programas de impacto social invirtiendo en educación de la manera más adecuada para su empresa.

"Cualquier compañía más pequeña que la nuestra lo tendría aún más difícil al no contar con personal que se dedique exclusivamente al programa de formación profesional en prácticas".

MANISH ARORA (INDIA), RECTIFIERS AND ELECTRONICS PVT. LTD.

Las pymes que hallan un modo de promover la educación pueden toparse con obstáculos para mantener la iniciativa en marcha. Como las pymes tienen equipos reducidos, la persona que se encarga de los esfuerzos filantrópicos suele tener muchas otras responsabilidades. Manish Arora, director ejecutivo de **Rectifiers and Electronics Pvt. Ltd.**, una empresa de fabricación de soluciones electrónicas personalizadas con sede en Nueva Delhi y 65 trabajadores, declaró: "Cualquier compañía más pequeña que la nuestra lo tendría aún más difícil al no contar con personal que se dedique exclusivamente al programa de formación profesional en prácticas". Con todo, las pymes entrevistadas valoran el hecho de promover la educación y han encontrado formas de aumentar la capacidad de los equipos para mantener y ampliar estos esfuerzos.

Igual que ocurre en las pymes, los equipos de las escuelas y de las entidades educativas sin ánimo de lucro suelen ser pequeños y están desbordados de trabajo, así que afrontan desafíos parecidos. Los líderes educativos tienen muchas responsabilidades, lo cual complica gestionar colaboraciones con empresas. Además, las ayudas externas a sistemas escolares y organizaciones benéficas suelen estar sujetas a procedimientos de aprobación que, aun siendo necesarios, resultan burocráticos. Definir claramente los términos de la colaboración y disponer de interlocutores dedicados entre todas las partes involucradas puede ayudar a solucionar estos posibles impedimentos.

Según Terrence Southern, director ejecutivo de **HarozTec**, una pyme de ingeniería robótica e inteligencia artificial con sede en Dallas, encontrar

voluntarios también puede representar un obstáculo. Southern ha recibido financiación suficiente para su programa de formación y competición en pilotaje de drones dirigido a estudiantes, pero necesita a más adultos para sacarlo adelante. "Necesito que se presente más gente", dijo. "Creo que los programas de ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas no solo espantan a los estudiantes, sino también a los adultos. Todos debemos aprender a sentirnos cómodos con estas disciplinas".



"La conexión entre el mundo empresarial y el educativo a menudo implica un escollo. Se requiere una comunicación más clara entre entidades educativas y empresas para satisfacer las necesidades de ambas".

SANDEEP SESODIA (REINO UNIDO), MGPS COMMERCIAL FINANCE LTD.

Sandeep Sesodia, fundador de **MGPS Commercial Finance Ltd.** en New Milton (Inglaterra, Reino Unido), describió un desafío de carácter existencial: "La conexión entre el mundo empresarial y el educativo a menudo implica un escollo. Se requiere una comunicación más clara entre entidades educativas y empresas para satisfacer las necesidades de ambas". A veces, las compañías no logran alinearse con las escuelas a las que ayudan directamente, sobre todo en lo referente a las necesidades de los estudiantes. Por ejemplo, Taylor Shead, directora ejecutiva de **STEMuli**, remarcó: "Las escuelas se siguen basando en el aprendizaje académico con el único objetivo de que los estudiantes obtengan ciertas calificaciones, así que integrar el aprendizaje en el lugar de trabajo cuando hace falta representa un desafío". Esto significa que en ocasiones entran en conflicto los parámetros de aprendizaje que las escuelas deben cumplir y las competencias laborales más abstractas que las empresas están dispuestas a fomentar. En cambio, las escuelas necesitan que las compañías proporcionen ayuda para incrementar el rendimiento académico en lugar de limitarse únicamente a realizar mejoras ambientales o a promover el desarrollo social y emocional de los estudiantes.



"Las escuelas se siguen basando en el aprendizaje académico con el único objetivo de que los estudiantes obtengan ciertas calificaciones, así que integrar el aprendizaje en el lugar de trabajo cuando hace falta representa un desafío".

TAYLOR SHEAD (EE. UU.), STEMULI

Finalmente, para algunas empresas todo se reduce a una cuestión de dinero. Toda contribución conlleva un coste que puede afectar al éxito de la pyme, en especial cuando tiene márgenes ajustados. Promover la educación requiere determinadas aportaciones mínimas, incluso cuando la ayuda se presta de forma indirecta mediante entidades educativas sin ánimo de lucro. Algunas de las pymes entrevistadas evitan hacer donativos prohibitivos y ofrecen sus productos o servicios directamente. Mary Contini, copropietaria de la tienda de alimentos italianos **Valvona & Crolla** en Edimburgo (Escocia), dijo que su comercio proporciona ayuda en especie porque es "un negocio humilde con fondos limitados". "En vez de realizar un donativo en metálico relativamente modesto, hemos descubierto que la ayuda en especie, como acoger un evento privado u ofrecer experiencias de aprendizaje directo a estudiantes [para que se familiaricen con la alimentación saludable y las técnicas de cocina], resulta más eficaz y bienvenida", añadió Contini.

Incluso las contribuciones no monetarias pueden afectar a las operaciones de la empresa, como liberar tiempo a los empleados para labores de voluntariado. Como se ha visto a lo largo de 2020, los estragos económicos causados por la COVID-19 han complicado todavía más o incluso han impedido las iniciativas para fomentar la educación. "Por eso pienso que es importante empezar de manera muy simple", manifestó Carla Inácio da Cunha, directora general del **Instituto Nexxera**, la rama filantrópica de la empresa brasileña de tecnología financiera **Nexxera**.



"Es importante empezar de manera muy simple".

**CARLA INÁCIO DA CUNHA
(BRASIL), INSTITUTO NEXXERA**

También es preciso subrayar que las pymes entrevistadas representan un grupo pequeño que ha conseguido superar muchos de los obstáculos mencionados. La vasta mayoría de las pymes, sobre todo en el Sur global, lidian con problemas cotidianos que les impiden contemplar la posibilidad de respaldar una causa. Los complejos regímenes fiscales y las estrictas leyes vigentes en algunos países provocan que numerosas pymes operen dentro de la economía informal escapando a toda regulación. En consecuencia, sus posibles contribuciones a la comunidad local son menos visibles. Es más, en la mayoría de mercados (incluido el estadounidense) muchas pymes tienen dificultades para obtener capital. Esto pone trabas a su viabilidad y, por extensión, a su capacidad para promover causas de carácter social a largo plazo.

Aun así, las pymes actúan con sagacidad y se adaptan a los escollos. A pesar de los desafíos que acarrea, los dirigentes empresariales entrevistados consideran que invertir en los estudiantes de hoy es invertir en los trabajadores de mañana.

Apartado 8:

¿Cómo ayudan las organizaciones intermediadoras a las pymes a promover la educación?

Entre los hallazgos clave de las entrevistas realizadas cabe destacar el importante papel que desempeñan las organizaciones intermediadoras ofreciendo orientación y ayuda a las pymes que desean invertir en educación.

Especialmente a aquellas que carecen de experiencia o tienen dificultad para tratar directamente con los distritos escolares. Las pymes también valoran el hecho de que los intermediadores se centren en las escuelas con pocos recursos de las áreas más pobres de sus comunidades, ya que ello incrementa las posibilidades de impacto de sus inversiones.

Las organizaciones intermediadoras suelen ser asociaciones nacionales. Actúan como asesoras de confianza ante empresas que desean ayudar a forjar una sociedad más equitativa e inclusiva. También proporcionan información sobre las prácticas recomendadas, así como herramientas de gestión, formación, supervisión y evaluación. Gracias a sus largas relaciones con directores escolares, administradores y, en ciertos casos, departamentos educativos municipales o estatales, los intermediadores saben gestionar la burocracia.

Sus programas formativos son variados, pero por lo general incluyen la alfabetización y la aritmética entre los alumnos de primaria y la orientación profesional y la adquisición de experiencia laboral como becarios o aprendices entre los alumnos de secundaria. Algunos intermediadores también brindan oportunidades de asesoramiento a los directores de escuelas y de desarrollo profesional a los maestros.

Cómo trabajan las organizaciones intermediadoras con las pymes

Los intermediadores ofrecen a las empresas un abanico de opciones para abordar las necesidades de impacto social más críticas. Algunas organizaciones se dedican solamente a la educación, pero otras impulsan acciones en otras causas, como la defensa del medio ambiente, la reducción del desempleo o la igualdad racial y de género. Uno de los puntos fuertes de estas entidades sin ánimo de lucro es su capacidad de aunar las compañías para generar mayor impacto en la lucha contra las desventajas educativas.

Apartado 8: ¿Cómo ayudan las organizaciones intermediadoras a las pymes a promover la educación?

En las entrevistas, las pymes afirmaron que confían muchísimo en los intermediadores por su experiencia, su ayuda estructurada, sus programas consolidados y su credibilidad ante los educadores. Por otro lado, también salió a la luz que, a pesar de acoger con los brazos abiertos a compañías de todos los tamaños, numerosas organizaciones intermediadoras trabajan principalmente con grandes empresas. De hecho, al preguntar a algunas de ellas acerca de las pymes, declararon que no suelen investigar el tamaño de las empresas afiliadas o presentes en sus áreas de actuación (tuvieron que indagar por su cuenta para identificar cuáles eran pymes).

Allegra Spender, directora ejecutiva de **ABCN (Australian Business and Community Network)**, dijo que sus miembros están interesados en colaboraciones a largo plazo con escuelas. Señaló que las pymes quieren hacer el bien en la comunidad, pero carecen de recursos para entablar relaciones directas con las escuelas o diseñar programas efectivos. En palabras de Spender: "Contar con un intermediador es positivo porque los educadores y los gerentes empresariales tienen perspectivas distintas que pueden acarrear decepciones o malentendidos mutuos. Si las empresas se atienen a lo que necesitan las escuelas, su valor es inmenso. Nuestro reciente estudio⁸ sobre qué desean obtener las escuelas de las empresas ha revelado que el 90 % de las encuestadas quieren colaborar más con el sector empresarial para preparar a los jóvenes de cara al futuro, ayudarlos a entender las carreras que pueden elegir, elevar y ampliar sus aspiraciones, y demostrarles por qué es importante estudiar ciertas materias".

Algunos intermediadores también tienen un rol fundamental como enlace entre los gobiernos, las escuelas y el sector privado. En ocasiones, estas organizaciones trabajan en colaboración con los departamentos de Educación para fomentar la inclusión educativa. Por ejemplo, tanto **Business in the Community** (Irlanda e Irlanda del Norte) como **The Careers & Enterprise Company** (Reino Unido) son entidades sin ánimo de lucro parcialmente financiadas por el Gobierno con el cometido de buscar empresas que ayuden a centros educativos de altas necesidades. Los criterios para designar estos centros educativos varían según el país, pero suelen tenerse en cuenta indicadores de rendimiento y medidas

"El Departamento de Educación recurre a nosotros para encontrar empresas que trabajen con estudiantes en riesgo de abandono escolar, así que en cierto modo llamamos a sus puertas".

**ELEANOR WALSH (IRLANDA),
BUSINESS IN THE COMMUNITY
IRELAND**

⁸ Rothman, Sheldon; Australian Council for Educational Research (ACER). "What Do Schools Want from Engagement with Business?" (2019). https://research.acer.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=1030&context=policy_analysis_misc.

socioeconómicas. A veces, los gobiernos financian organizaciones intermediadoras sin ánimo de lucro para garantizar la programación educativa en comunidades marginadas. "El Departamento de Educación recurre a nosotros para encontrar empresas que trabajen con estudiantes en riesgo de abandono escolar, así que en cierto modo llamamos a sus puertas", contó Eleanor Walsh, subgerente de educación y acción empresarial en Business in the Community Ireland.

La organización brasileña sin ánimo de lucro **Parceiros da Educação** inició hace dieciséis años su labor de conectar escuelas de todo el estado de São Paulo con socios del sector privado. En un cierto punto, la entidad empezó a colaborar con departamentos municipales de Educación a lo largo y ancho del estado para aumentar el nivel de implicación entre las escuelas y el sector privado. Su modelo de colaboración se centra en cuatro áreas: la asistencia pedagógica, la administración escolar, la infraestructura y la implicación en la comunidad. Cada escuela o red educativa cuenta con su propio plan de acción elaborado a partir de una evaluación diagnóstica y debatido con educadores y socios. Desde que adoptó este enfoque, Parceiros ha observado resultados transformadores. Rafael Machiaverni, director general, declaró: "En las escuelas donde prestamos apoyo, hemos detectado, de media, una mejora del 35 % en el Índice de Desarrollo Educativo⁹ durante los tres primeros años". En 2020, Parceiros llegó a un nuevo acuerdo de colaboración con el gobierno estatal que le permitirá ampliar su alcance y obtener aún más compromisos considerables por parte del sector privado. Ahora mismo, Parceiros ayuda a 182 escuelas situadas en las dos regiones del estado con los índices de vulnerabilidad más altos y los índices de educación más bajos. Además, la organización trabaja para que las prácticas recomendadas se conviertan en políticas públicas en todo el estado.

"Business Class", un programa desarrollado por la organización del Reino Unido Business in the Community (BITC), agrupa las colaboraciones entre escuelas y empresas con un criterio geográfico. Según Katy Neep, jefa de las campañas educativas, "la peculiaridad de este programa es que hermanamos las colaboraciones para compartir las prácticas recomendadas y, cuando conviene, para crear una cartera de recursos que puede resultar muy potente desde el punto de vista de las pymes". Mediante ese modelo de agrupación, BITC ha logrado que las corporaciones de mayor tamaño ayuden a las pymes a colaborar con las escuelas, lo cual ofrece más oportunidades a los estudiantes. Por ejemplo, una pyme de ciberseguridad ha explicado a estudiantes y docentes cómo protegerse en la red y en qué consiste su trabajo.

⁹ Este índice es un indicador clave sobre la calidad de la educación en el estado brasileño de São Paulo, que marca objetivos anuales para las escuelas.

Perspectiva de las pymes que trabajan con organizaciones intermediadoras

Las pymes entrevistadas tienen la sensación de que estos terceros las ayudan a construir relaciones más sólidas con las escuelas y a prestar apoyo a los voluntarios. Tal como dijo Anna Walsh, responsable de recursos humanos en **Breedon Cement** (Kinnegad, Irlanda): "Yo recomiendo encarecidamente a las empresas que busquen socios [intermediadores] como BITC en su comunidad para beneficiarse de su experiencia y ayuda a la hora de establecer relaciones. Es muy fácil que los planes bienintencionados fracasen, pero eso no ocurre cuando entablas una colaboración con una entidad provista de un programa estructurado".

"Supervisamos los indicadores, solicitamos informes y nos reunimos constantemente con los equipos [de las escuelas] para decidir el mejor modo de avanzar".

BARTHOLOMEU SILVA (BRASIL), INSTITUTO FEFIG

Kate Roche, administradora de **Horse Racing Ireland**, trabaja directamente con los voluntarios de la pyme y considera clave el programa formativo para tutores de Business in the Community Ireland. "Uno de los aspectos más importantes de la formación son las normas de protección infantil. Sirven para garantizar que nuestros mentores estén al corriente de los últimos requisitos y lleven a cabo el trabajo reglamentario exigido", afirmó Roche. El **Instituto Fefig**, establecido por el fundador de **Mauá Capital**, una firma de gestión de activos de São Paulo (Brasil), invirtió en un plan estratégico centrado en los resultados educativos para cuatro escuelas públicas y el departamento de Educación de una ciudad más pequeña llamada Itu siguiendo la recomendación de Parceiros da Educação. Aludiendo a cómo se aseguran de que las escuelas saquen el máximo partido de la inversión del Instituto Fefig, el coordinador Bartholomeu Silva declaró: "Supervisamos los indicadores, solicitamos informes y nos reunimos constantemente con los equipos [de las escuelas] para decidir el mejor modo de avanzar".

Cuando **Padex Automotriz**, un taller de reparación de automóviles de Cobán (Guatemala), decidió proponer a sus clientes más importantes donar un porcentaje del precio cobrado por cada reparación a causas educativas, contactó con **Empresarios por la Educación**, una entidad nacional sin ánimo de lucro que congrega empresas que fomentan la educación. Isabel Monterroso, cofundadora de Padex, descubrió que los indicadores de dicha entidad mostraban los lugares con mayor necesidad, lo cual contribuyó a que sus donativos tuvieran el máximo impacto posible durante la pandemia de COVID-19.

¹⁰ Australian Business and Community Network, <https://abcn.com.au/programs/partners-in-learning/>

Desarrollo y orientación profesional

Algunas organizaciones intermediadoras animan a sus miembros a brindar ayuda no solo a los estudiantes, sino también a los maestros y administradores de las escuelas con las que colaboran. Ciertas empresas han organizado sesiones de orientación profesional e invitado a profesores de ciencias para debatir las aptitudes y los conocimientos que buscan en los futuros trabajadores.

ABCN impulsa un programa especial de un año de duración que conecta líderes empresariales con líderes de centros educativos de altas necesidades para que compartan su saber y experiencia, resuelvan problemas, analicen los desafíos del liderazgo y forjen relaciones comunitarias con recursos limitados. Los directores de las pymes son mentores excelentes para los directores escolares. De entre todos los ejecutivos encuestados¹⁰, el 92 % afirmaron que el programa les había aportado una sensación de satisfacción, recompensa y crecimiento personal, mientras que el 100 % de los socios del ámbito educativo aseguraron que entendían mejor el sector corporativo y aplicarían lo aprendido en beneficio de los alumnos.

"Ojalá todos los jóvenes pudieran tener múltiples experiencias en el mundo laboral que los ayudaran a tomar decisiones fundamentadas más adelante".

CLAIRE GORDON (REINO UNIDO), BUSINESS IN THE COMMUNITY NORTHERN IRELAND

Claire Gordon, directora de educación y empleo en Business in the Community Northern Ireland en Belfast, resumió mejor que nadie el sueño utópico de varios entrevistados sobre la educación: "En un mundo perfecto, me encantaría ver que todas las escuelas están bien conectadas con la industria, y que la orientación de cara al futuro profesional forma parte integral de sus programas curriculares. Ojalá todos los jóvenes pudieran tener múltiples experiencias en el mundo laboral que los ayudaran a tomar decisiones fundamentadas más adelante".

Durante este estudio también se ha descubierto el papel de los "incubadores"; estas entidades no ayudan directamente a las pymes a promover la educación, sino que les ofrecen oportunidades y herramientas para actuar con responsabilidad social desde el principio. La Tony Elumelu Foundation (TEF) de Lagos (Nigeria) incuba, fomenta y favorece el rápido crecimiento de determinados programas o negocios pequeños en los 54 países de África con el objetivo de crear empleos

¹¹ Tony Elumelu Foundation (TEF), <https://www.tonyelumelufoundation.org>

Apartado 8: ¿Cómo ayudan las organizaciones intermediadoras a las pymes a promover la educación?

y erradicar la pobreza. Desde el 2010, la fundación ha nombrado cada año a mil "emprendedores Tony Elumelu". Los elegidos reciben formación sobre cómo montar una start-up, financiación semilla, orientación y acceso a una biblioteca de recursos. También pueden conectarse a una inmensa red llamada "TEF Connect" para presentar sus ideas. La fundación ha logrado empoderar a 9360 emprendedores¹¹ acercándose mucho a su objetivo de formar a 10.000 emprendedores en diez años.

B Lab United States & Canada es un movimiento orientado a redefinir el éxito empresarial y a crear una economía más inclusiva y sostenible. Las empresas que han obtenido la certificación B Corp (muchas de las cuales son pymes) cumplen ciertos criterios relativos a la gobernanza corporativa y al impacto medioambiental y social. Christopher Nickelson, asociado sénior de colaboraciones para mejorar el impacto, declaró: "Estamos intentando que las empresas pasen de decir 'no hacemos nada porque no nos importa' a decir 'nos importa, pero no sabemos por dónde empezar' o 'estamos empezando, pero nos falta un enfoque claro' y, finalmente, 'somos una empresa creíble [con la certificación] B Corp que adopta medidas creíbles'".

Pledge 1% es un movimiento global fundado, entre otros, por Salesforce (con sede en EE. UU.) y Atlassian (con sede en Australia) que alienta y empodera a empresas de cualquier tamaño a donar el 1 % de su tiempo, sus productos, sus beneficios y/o sus acciones a causas de impacto social. Maria Choi, jefa de estrategia y colaboración, reveló que más de 10.000 compañías de todo el mundo se han sumado a este compromiso, desde pequeñas start-ups o compañías recién fundadas hasta empresas de alcance global. Choi dijo lo siguiente: "Somos flexibles con las causas que defienden las empresas. Si alguien muestra interés por la educación, le indicamos con quién tiene que hablar. También fomentamos el aprendizaje entre iguales... Estamos creando una comunidad global y diseñaremos una plataforma con nuevos programas y recursos a la que tengan acceso todos los miembros".

Por otro lado, se identificaron redes comerciales que no encajaron inmediatamente en este estudio, pero que tal vez merezca la pena investigar en el futuro porque también promueven la educación. Entre las organizaciones con muchas pymes afiliadas de alcance global y ejecución local destacan los clubes de Rotary y las cámaras de comercio. Rotary es una red mundial formada por 1,2 millones de empresarios repartidos en 33.000 clubes de doscientos países distintos que actúan para generar un cambio duradero en sus comunidades. La educación (con especial énfasis en la alfabetización) es una de las seis causas que promueven estos clubes. Joginder Kalra, propietario de **Multan Soap Works** en el estado indio de Gujarat, admitió que todas sus inversiones en educación están vinculadas a su compromiso con el club de Rotary.

La Cámara de Comercio Internacional tiene más de 45 millones de miembros en más de cien países cuyos intereses abarcan todo el sector privado. Si promueven la educación es, en parte, porque a los dirigentes empresariales les preocupa que los graduados no estén preparados para incorporarse al mundo laboral de hoy. La Cámara de Comercio de Estados Unidos defiende el acceso a una educación asequible y de alta calidad e iniciativas en el ámbito laboral en aras de un mercado de talento más equitativo. Brian Lusk, jefe de iniciativas estratégicas en el Distrito Escolar Independiente de Dallas, dijo: "La Cámara Regional de Dallas representa un nexo importante para conectar con empresas grandes y pequeñas".

Este estudio muestra que los intermediadores, los incubadores y las redes comerciales fomentan las inversiones en el ámbito educativo en el marco de sus programas o esfuerzos de responsabilidad social corporativa y brindan oportunidades para promover la educación más rápido. Así pues, en el futuro pueden ser claves para atraer más pymes a la causa.



Apartado 9: Foco en Dallas, Texas

Pese a que Dallas es una próspera área metropolitana que tiene el 17.⁹ mayor distrito escolar urbano de Estados Unidos¹², su alumnado figura entre los más desfavorecidos económicamente. Un 86 %¹³ de sus 155.000¹⁴ estudiantes provienen de familias que pasan dificultades económicas y el 95 % de estos son personas de color.¹⁵

Hace más de una década, el Distrito Escolar Independiente de Dallas (DISD) había caído a una posición bastante baja en los rankings académicos nacionales. En el 2007, la tasa de graduación en educación secundaria se situaba en el 62,5 %¹⁶, pero desde entonces ha ido subiendo hasta superar el 87 % en el 2019.¹⁷ Los estudiantes de Dallas siguen mejorando su rendimiento en las pruebas estatales de desempeño y el índice de abandono escolar ha disminuido del 26 % del 2007¹⁸ al 8,7 % del 2019.¹⁹

Actualmente, el DISD es uno de los distritos escolares de EE. UU. que mejora más rápido²⁰ gracias a la colaboración entre varios sectores, incluido el empresarial. Para ayudar a mantener esta tendencia positiva, en el 2019 se aprobó una histórica ley de financiación en Texas²¹ que prevé inyectar más de 6500 millones de dólares a la educación pública estatal con el objetivo de aumentar el salario de los profesores y el financiamiento base por estudiante, ofrecer enseñanza preescolar gratuita a tiempo completo y destinar 4000 millones de dólares más a incentivos basados en los resultados.

Implicación del sector privado en la educación

Un pequeño grupo de pymes estuvieron entre las primeras empresas que se propusieron mejorar la educación pública en Dallas hace unos quince años, en respuesta al alto índice de estudiantes provenientes de familias

¹² Niche, "Dallas Independent School District". <https://www.niche.com/k12/search/largest-school-districts>

¹³ *The Texas Tribune*, "Dallas ISD" (2019). <https://schools.texastribune.org/districts/dallas-isd/> (estadísticas del curso 2018-2019 porque no se emitió la clasificación del curso 2019-2020 debido al coronavirus).

¹⁴ Distrito Escolar Independiente de Dallas, "Dallas ISD Facts Sheet" (2020). <https://www.dallasisd.org/Page/2609> (estadística del curso 2019-2020)

¹⁵ *The Texas Tribune*, "Dallas ISD" (2019). <https://schools.texastribune.org/districts/dallas-isd/> (estadísticas del curso 2018-2019 porque no se emitió la clasificación del curso 2019-2020 debido al coronavirus).

¹⁶ *The Dallas Morning News*, "Editorial: Dallas ISD's good news on graduation rates" (2012). <https://www.dallasnews.com/opinion/editorials/2012/07/04/editorial-dallas-isds-good-news-on-graduation-rates/>

¹⁷ Distrito Escolar Independiente de Dallas, *The Texas Tribune*, "Dallas ISD". <https://schools.texastribune.org/districts/dallas-isd/>

¹⁸ *The Dallas Morning News*, "Editorial: Dallas ISD's good news on graduation rates" (2012). <https://www.dallasnews.com/opinion/editorials/2012/07/04/editorial-dallas-isds-good-news-on-graduation-rates/>

¹⁹ *The Dallas Morning News*, "Editorial: Dallas ISD's good news on graduation rates" (2012). <https://www.dallasnews.com/opinion/editorials/2012/07/04/editorial-dallas-isds-good-news-on-graduation-rates/>

²⁰ Distrito Escolar Independiente de Dallas, "Dallas ISD At-a-Glance". <https://www.dallasisd.org/Page/20300>

²¹ Distrito Escolar Independiente de Dallas, "About Dallas ISD: General Information". <https://www.dallasisd.org/Page/336>

²² Agencia de Educación de Texas, "House Bill 3" (2019). <https://tea.texas.gov/about-tea/government-relations-and-legal/government-relations/house-bill-3>

con ingresos bajos que había en su distrito escolar. El emprendedor Ken Barth, presidente de **Symphonic Source Inc.** y director ejecutivo de **Catalogic Software**, dijo: "La educación es la única constante que, en mi experiencia, es capaz de sacar a las personas de la pobreza y ofrecerles oportunidades".

Barth fundó dos entidades: Leadership ISD, una organización sin ánimo de lucro orientada a ofrecer herramientas a los líderes cívicos para defender la equidad y la excelencia educativa entre todos los estudiantes, y un comité de acción política llamado Dallas Kids First. "Leadership ISD es como una asociación de padres y maestros más radical; su objetivo es identificar y ayudar a que salgan elegidos miembros comprometidos en las juntas escolares y mejorar el capital humano que trabaja para el distrito escolar", explicó.

Dustin Marshall, director ejecutivo de la empresa de transporte y logística **Hazel's Expedited Freight** y miembro de la junta del DISD, resumió con estas palabras el valor añadido que creen aportar él y otros emprendedores: "Estoy convencido de que la forma de cambiar la educación no pasa solamente por involucrar a las empresas, sino también por aportar la mentalidad empresarial de recopilar, evaluar y analizar datos, ver qué es lo que funciona, idear prácticas recomendadas y ampliar esos modelos. Es un enfoque típico en el mundo de los negocios. Pero es muy atípico en el ámbito educativo. Creo que aportar una visión empresarial está dando resultado en Dallas".

El desarrollo profesional es vital para los dirigentes empresariales porque la mayoría se quejan de que los diplomados de secundaria y los graduados universitarios no están preparados para incorporarse al mundo laboral. Durante años se han visto obligados a contratar a personas de otros lugares cuando en realidad preferirían promover el talento local.

Un programa para escuelas de secundaria que ayuda a los alumnos a entender los requisitos para estudiar en la universidad y trabajar (y que recibe el apoyo de algunas pymes locales) es Education Opens Doors. La fundadora y directora ejecutiva Jayda Batchelder es una exmaestra de secundaria que comprobó de primera mano que los estudiantes prosperan si se les inculca la importancia de mantener una alta nota media, realizar actividades extraescolares y comprender qué opciones tienen al terminar el instituto y cómo acceder a ellas. "Nuestro programa reduce la brecha y les ayuda a ver que todo esto es un medio para alcanzar un fin mayor", dijo Batchelder. Varias pymes locales figuran entre las empresas que organizan sesiones y charlas de orientación profesional para los participantes.

Las empresas son socios esenciales en una iniciativa del DISD para formar a los futuros trabajadores: el programa de educación secundaria y superior anticipada de Pathways in Technology (P-TECH). El modelo escolar 9-14 de P-TECH, una innovadora propuesta educativa desarrollada por IBM y adoptada en 28 países, tiene un triple enfoque: los estudiantes cursan asignaturas de secundaria, completan cursos de educación superior y adquieren experiencia laboral. Entre los 82 socios del DISD se cuentan varias pymes.

"Pathways in Technology capacita a nuestros estudiantes; si lo eligen, pueden graduarse a la vez en el instituto y en un colegio universitario (u obtener hasta sesenta horas de créditos universitarios) e introducirse directamente en un sector con habilidades productivas", afirmó Brian Lusk, jefe de iniciativas estratégicas en el DISD.

Dallas implementó su primer curso de P-TECH hace cuatro años en unas cuantas escuelas. En el curso 2020-2021, su distrito escolar tiene el programa de P-TECH más extendido de todos, con 10.000 estudiantes en 28 escuelas, lo que representa uno de cada cuatro alumnos de secundaria del DISD. Hay muchos itinerarios disponibles que abarcan campos como la contabilidad, la salud, la tecnología de la información, el soporte de red, los videojuegos, la ingeniería robótica, la ciberseguridad y la inteligencia artificial. La primera promoción del programa de educación secundaria y superior anticipada de P-TECH en el DISD se graduó en la primavera y el verano de 2020, y el 71 % (617 graduados) obtuvo un diploma de secundaria y un grado de licenciatura otorgado por un colegio universitario reconocido por la industria. "Tenemos un soporte global: la industria nos ayuda y nosotros les proporcionamos estudiantes y graduados cualificados y preparados para trabajar", dijo Lusk.

Terrence Southern, director ejecutivo de la compañía de ingeniería robótica e inteligencia artificial **HarozTec** y fundador de la entidad sin ánimo de lucro Illuminate STEM, es uno de los socios empresariales del DISD que trabaja en dos institutos situados en barrios pobres de la ciudad preparando a sus alumnos para carreras de ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas (STEM). "Ofrezco un programa curricular desde mi empresa y entidad sin ánimo de lucro que resulte atractivo a los chavales y garantice que reciban la ayuda que necesitan para que un día puedan decir que han llegado a ser ingenieros de robótica, programadores de inteligencia artificial o pilotos de drones gracias a esta tutoría". Southern, que se crio en la zona pobre de Detroit, sabe qué camino recorren y cómo ayudarlos a llegar a la meta. Como dijo él mismo: "Hablo el idioma de los empleos del futuro".

Desafíos

En cuanto a los desafíos, los representantes del distrito escolar y de las empresas comentaron que la "burocracia masiva" y los "puntos de acceso confusos" del DISD impiden que muchas pymes se impliquen más a fondo, limitando su participación a actividades aisladas como pintar las aulas. Miguel Solis, miembro de la junta escolar del DISD durante los últimos ocho años, declaró: "Que no me malinterpreten; los chicos necesitan instalaciones bonitas y huertos, pero si plantas un huerto para alumnos que reciben una formación científica pésima, ¿para qué sirve el huerto?".

Es fundamental centrarse en los problemas sistémicos. "Todavía hay una desconexión entre los objetivos del DISD y cómo pueden contribuir las pymes a que se desarrollen. Si trabajáramos en ello, creo que la ayuda aumentaría porque [los dirigentes empresariales] verían que estamos cerrando la brecha de rendimiento académico, lo cual acabaría beneficiando a nuestra comunidad", añadió Solis.

Taylor Shead, fundadora y directora ejecutiva de **STEMuli**, una empresa de tecnología educativa que colabora con cuatro escuelas, cree que integrar el aprendizaje en el lugar de trabajo cuando hace falta supone un gran desafío. Según dijo: "Los objetivos escolares se siguen basando en que los estudiantes obtengan ciertas calificaciones, así que los profesores se centran en eso".



"Creo que colaborar con las escuelas nos permitirá contar con una mano de obra más diversa y mejor preparada. Debemos empezar antes de la universidad si queremos que la gente esté preparada para los requisitos del mundo laboral de hoy".

TAYLOR SHEAD (EE. UU.), STEMULI

Oportunidades

El Distrito Escolar Independiente de Dallas avanza en la dirección correcta, pero puede hacer más para mejorar el desempeño académico y ayudar a preparar a los estudiantes, en su mayoría de color, para que lleven una vida productiva tanto personal como profesionalmente.

Mita Havlick, directora ejecutiva de la Fundación Educativa de Dallas, reveló: "Nos encontramos con que nuestros socios corporativos quieren hacer aportaciones económicas, pero también desean ofrecer ayuda en especie y/o labores de voluntariado, sobre todo las pymes que no

siempre pueden hacer un donativo cuantioso". Havlick destacó otra gran oportunidad relacionada con las pymes: "Nuestros hijos necesitan tener modelos con los que identificarse y verse reflejados de cara al futuro. Las pymes son generosas en este aspecto y a menudo liberan tiempo a sus empleados para hacerlo posible".

En su intento de que más pymes colaboren con el DISD, Shead de STEMuli defiende que trabajar con escuelas es una oportunidad para fomentar la diversidad. Los grandes sistemas escolares figuran entre las organizaciones más diversas de Estados Unidos desde el punto de vista de sus estudiantes de color, provenientes en su mayoría de entornos desfavorecidos económicamente. "Creo que colaborar con las escuelas nos permitirá contar con una mano de obra más diversa y mejor preparada", aseguró Shead. "Debemos empezar antes de la universidad si queremos que la gente esté preparada para los requisitos del mundo laboral de hoy".



Apartado 10: Conclusiones y reflexiones

En este informe se exponen numerosos ejemplos de cómo las pymes, las organizaciones intermediadoras y los incubadores están trabajando para promover la educación en todo el mundo.

Aunque adoptan enfoques muy diversos, todos comparten la voluntad inquebrantable de seguir prestando ayuda a pesar de la pandemia de coronavirus y otros contratiempos que afrontan muchas pequeñas empresas.

Las lecciones que se han extraído de las conversaciones mantenidas con las compañías y los grupos que las respaldan podrían servir como hoja de ruta a la hora de animar e inspirar a pymes, grandes empresas, entidades sin ánimo de lucro e instituciones educativas para que colaboren y contribuyan a mejorar la educación global.

Empezar con una visión grande y pasos pequeños

Muchas pymes que eligieron promover la educación desde el principio tuvieron que forjar su propio camino, a veces con escasa ayuda. Su recompensa ha sido ver que, a medida que su negocio crecía, también lo hacían sus contribuciones para mejorar la vida de niños, familias y comunidades. Muchas de estas empresas admitieron que, pese a sus grandes ambiciones, creyeron que era más factible empezar con pasos pequeños.

Una opción práctica para las pymes que desean implicarse en la educación pero necesitan orientación es asociarse con algún intermediador, siempre que sea posible en su país. Estas organizaciones ya están involucradas en el sector educativo local, comprenden el punto de vista de empresas y escuelas, y ofrecen programas de comprobado resultado. Si no hay intermediadores disponibles, quizá se pueda conectar con una cámara de comercio, un club de Rotary, un distrito escolar o una escuela concreta. Otra alternativa es aliarse con una entidad educativa sin ánimo de lucro de confianza (sobre todo para las pymes que quieran promover la educación a escala internacional) que acepte con los brazos abiertos la ayuda financiera o en especie que la pyme pueda proporcionar.

Hablar nunca está de más. Las pymes pueden aprender mucho si escuchan las necesidades de directores escolares, administradores, profesores, orientadores y estudiantes. Asimismo, a los miembros del sector educativo les iría bien saber cómo pueden ayudar a las pymes y cómo se beneficiarían de una colaboración. Al trabajar con intermediadores, las pymes pueden entablar relaciones con los líderes educativos e intercambiar ideas sobre las oportunidades que se pueden ofrecer mutuamente.

El networking puede beneficiar a las pymes

Las empresas grandes y pequeñas que ya promueven la educación pueden aprender unas de otras compartiendo sus tipos de inversiones, sus éxitos, sus tropiezos y las lecciones aprendidas. Esto es aún más cierto en el caso de las pymes, ya que a menudo actúan en solitario. Además, las pymes que promueven la educación pueden inspirar a otras compañías de su mismo tamaño a añadirse a la causa y ayudarlas a evitar errores gracias a su experiencia.

Los fundadores y directores ejecutivos de las empresas suelen ser quienes toman las decisiones y quienes tienen una conexión personal con la educación, así que es fundamental que participen en este tipo de conversaciones. Las pymes con experiencia tienen mucho que aportar, pues a menudo han estado en contacto directo con escuelas y/o estudiantes locales y saben conectar con los jóvenes para ayudarlos a entender qué habilidades se requieren en el lugar de trabajo.

Las pymes y las empresas más grandes podrían trabajar juntas

Muchas pymes hacen negocios con empresas más grandes como parte de su cadena de suministro, distribuidores, etcétera. Algunas entidades sin ánimo de lucro, como Empresarios por la Educación en Guatemala, congregan empresas de todos los tamaños que promueven la educación y las animan a participar en iniciativas conjuntas, tal como ha hecho esta asociación recientemente en respuesta a la pandemia de coronavirus para mejorar la conectividad en los hogares en todo el país. Este tipo de colaboración se podría fomentar e incentivar globalmente.

Las pymes pueden respaldar programas extraescolares

A muchas pymes les resulta más fácil involucrarse en iniciativas educativas que se llevan a cabo fuera del contexto escolar, como los programas extracurriculares y las actividades deportivas, las visitas guiadas para estudiantes por las instalaciones de la empresa, la experiencia laboral supervisada y la orientación profesional, entre otras. Las organizaciones sin ánimo de lucro que impulsan tales iniciativas pueden buscar pymes interesadas en colaborar.

Agradecimientos

Los autores desean dar las gracias a las personas que figuran abajo por haberles presentado o ayudado a conocer a los representantes de las pymes, los intermediadores, los incubadores, las entidades educativas sin ánimo de lucro y el resto de organizaciones que han entrevistado. Otras han trabajado entre bastidores para ayudar a elaborar este informe. La ayuda de todas ellas ha sido imprescindible.

Marcelo Abrantes Linguitte - São Paulo

Garrett Boone - Dallas

Greg Cantwell - Sidney

Paul Caskey - Belfast

Thaiza Castilho - Hortolândia

Paul Close - Belfast

Tom Costello - Dublín

Tracey Cuttriss-Smith - Emerald

Marcella de Almeida Castro - Goiânia

Verónica Spross de Rivera - Ciudad de Guatemala

Victor Emeruwa - Abuja

Jane Forman - Dublín

Anna Frazer - Londres

Vivian Gallegos - Houston

Claire Gordon - Belfast

Jessica Hanna - Beirut

Paula Harvey - Houston

John A. Healy - Dublín

John R. Healy - Dublín

Kevin Kalra - Houston

David Kennedy - Sidney

Sanjana Khoobchandani - San Francisco

Karthik Krishnan - Chicago

Cameron Linhares-Huang - Toronto

Dustin Marshall - Dallas

Katy Neep - Londres

Bud Nelson - Nueva York

Amal Obeid - Beirut

Martin O'Brien - Belfast

Anita Rajan - Nueva Delhi

Harry Setiawan - Yakarta

Mary Sutton - Dublín

Brodie Vansleve - Melbourne

Eleanor Walsh - Dublín

Tiffany Yancey - Nueva York

Tamara Zakharia - Beirut

Un recurso desaprovechado con gran potencial para mejorar la educación global
Apéndices

Apéndices

Apéndice 1: Pymes entrevistadas

Nombre de la empresa	Ciudad	País
A&L Goodbody	Dublín	Irlanda
AdvanceNet Labs	Dallas	Estados Unidos
Alternative Waste Technologies	Nairobi	Kenia
Astley Clarke	Londres	Inglaterra (Reino Unido)
BEX - Brazilian Exchange	Salvador	Brasil
Bloom & Give	Dallas	Estados Unidos
Breedon Cement	Kinnegad	Irlanda
Grupo Britannica	Chicago	Estados Unidos
C-Res (Community Resourcing for the Future)	Mackay	Australia
Conscious Step	Brooklyn (Nueva York)	Estados Unidos
Dafero	Washington D. C.	Estados Unidos
Du Anyam	Flores	Indonesia
Eye 2 Connect	Sídney	Australia
HarozTec	Dallas	Estados Unidos
Hazel's Expedited Freight	Dallas	Estados Unidos
Horse Racing Ireland	Kildare	Irlanda
Humanitix	Sídney	Australia
Instituto Nexxera	Florianópolis	Brasil
Kimuli Fashionability	Mpigi y Maya	Uganda
LeonEdu	Belfast	Irlanda del Norte (Reino Unido)
Marcellamoda	Nueva York	Estados Unidos (y Bulgaria)
Mauá Capital / Instituto Fefig	São Paulo	Brasil
MGPS Commercial Finance Ltd.	New Milton	Inglaterra (Reino Unido)
Mohala Eyewear	Honolulu	Estados Unidos
Multan Soap Works	Godhra	India
OpabGas	Ilorin	Nigeria
Padex Automotriz	Cobán	Guatemala
Rectifiers and Electronics Pvt. Ltd.	Nueva Delhi	India
Fundación Samuel Camhi Levy	Ciudad de Guatemala	Guatemala
STEMuli	Dallas	Estados Unidos
Symphonic Source Inc. / Catalogic Software	Dallas	Estados Unidos
Tony's Choclonely	Ámsterdam	Países Bajos
Ulster Carpets	Portadown	Irlanda del Norte (Reino Unido)
Valvona & Crolla	Edimburgo	Escocia (Reino Unido)
W3 Indústria Metalúrgica Ltda.	Ponta Grossa	Brasil

Apéndice 2: Intermediadores entrevistados

Nombre del intermediador	Ciudad	País
ABCN (Australian Business and Community Network)	Sídney	Australia
Business in the Community (Reino Unido)	Londres	Inglaterra (Reino Unido)
Business in the Community Northern Ireland	Belfast	Irlanda del Norte (Reino Unido)
Business in the Community Ireland	Dublín	Irlanda
The Careers & Enterprise Company	Londres	Inglaterra (Reino Unido)
Empresarios por la Educación	Ciudad de Guatemala	Guatemala
Parceiros da Educação	São Paulo	Brasil

Apéndice 3: Incubadores entrevistados

Nombre de la entidad	Ciudad	País
B Lab United States & Canada	Nueva York	Estados Unidos
Pledge 1%	San Francisco	Estados Unidos
Tony Elumelu Foundation (TEF)	Lagos	Nigeria

Apéndice 4: Otras organizaciones entrevistadas

Nombre de la organización	Ciudad	País
Bridge 47	Dublín	Irlanda
Cementos Progreso	Ciudad de Guatemala	Guatemala
Fundación Chicago Public Library	Chicago	Estados Unidos
Confederación de la Industria India	Nueva Delhi	India
Distrito Escolar Independiente de Cypress-Fairbanks	Houston	Estados Unidos
Fundación Educativa de Dallas	Dallas	Estados Unidos
Distrito Escolar Independiente de Dallas	Dallas	Estados Unidos
Educate Texas	Dallas	Estados Unidos
Autoridad de Educación	Belfast	Irlanda del Norte (Reino Unido)
Education Opens Doors	Dallas	Estados Unidos
Alianza Mundial para la Educación	Washington D. C.	Estados Unidos
Integrated Education Fund	Belfast	Irlanda del Norte (Reino Unido)
Fundación LEGO	Billund	Dinamarca
Montessori Children's School Inc.	Houston	Estados Unidos
Norsensus Mediaforum	Oslo	Noruega
Politics in Action	Belfast	Irlanda del Norte (Reino Unido)
Peer Support Australia	Sídney	Australia
Reading Partners North Texas	Dallas	Estados Unidos
Room to Read	San Francisco	Estados Unidos
Social Ventures Australia	Melbourne	Australia
Tata STRIVE	Nueva Delhi	India
Teach For All	Nueva York	Estados Unidos
UNICEF (Líbano)	Beirut	Líbano
UNICEF (Uganda)	Kampala	Uganda
Working in the Schools (WITS)	Chicago	Estados Unidos

Apéndice 5: Metodología

Si hubiera que elegir un libro que describiera el proceso que se ha seguido aquí para buscar, investigar y entrevistar a las pymes, sería un cruce entre "¿Dónde está Wally?" y "La vuelta al mundo en ochenta días". Dicho de otro modo, el trabajo ha consistido en buscar información oculta sin descanso y seguir las pistas dondequiera que llevaran.

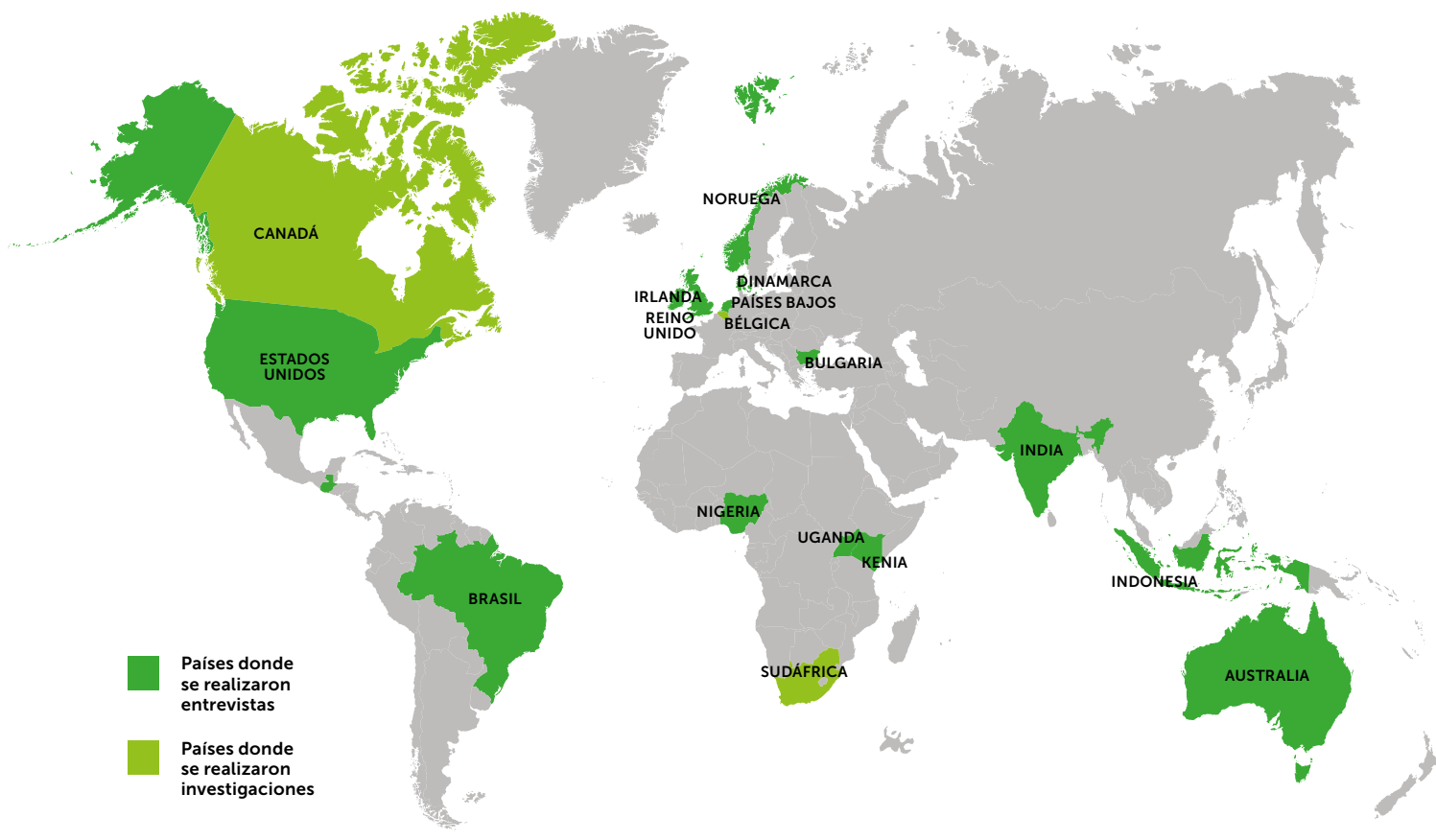
El objetivo principal era identificar pymes (pequeñas y medianas empresas) que estuvieran invirtiendo en educación en el marco de su estrategia de impacto social, sus relaciones con la comunidad o sus programas filantrópicos. A lo largo del estudio, el foco recayó en las pymes que proporcionaban ayuda a estudiantes que cursaban desde educación preescolar hasta educación secundaria. En contadas ocasiones se entrevistaron empresas centradas en promover la educación entre adultos jóvenes. Para dar con estas pymes (definidas aquí como compañías con un máximo de mil empleados), se dividió la búsqueda en tres categorías siguiendo un criterio geográfico:

- En primer lugar, se eligieron determinados países del Sur global, principalmente Nigeria, Uganda, Kenia, Brasil, Guatemala, la India e Indonesia.
- En la segunda categoría se incluyeron pymes de algunos países industrializados: Estados Unidos, Canadá, varios estados europeos y Australia.
- Finalmente, dentro de dichas naciones industrializadas, se diferenció entre las compañías que promueven la educación localmente y las que invierten también en países en vías de desarrollo.

Se siguieron varios enfoques para encontrar pymes a las que poder entrevistar en las distintas ubicaciones mencionadas.

- Se llevó a cabo una extensa investigación documental examinando sitios web de toda clase de organizaciones, incluidas las siguientes:
- Organizaciones afiliadas con la ONU.
- Organizaciones que trabajan en reformas educativas.
- Organizaciones que promueven la responsabilidad social corporativa o la implicación de las empresas en la comunidad. Primero se habló con grupos globales, pero rápidamente se pasó a grupos nacionales.
- Siempre que fue posible, y es de agradecer, se aprovecharon los numerosos contactos de la Global Business Coalition for Education

Figura 2: Mapa de entrevistas e investigaciones



(Coalición Global de Empresas para la Educación, GBCE). También se hicieron consultas a varios miembros de su grupo de orientación, que tuvieron la generosidad de ofrecer su tiempo y acceso a contactos relevantes. Varias personas entrevistadas trabajan en entidades educativas sin ánimo de lucro, e incluso se conectó con algunos profesionales de distritos escolares públicos.

- Asimismo, se buscó información en bibliotecas virtuales y otras fuentes de internet y se consultaron materiales y recursos proporcionados por la GBCE y las personas entrevistadas para recopilar y revisar informes recientes sobre responsabilidad social corporativa, educación global y contribuciones del sector privado.

Durante estas indagaciones, cada vez que se hallaba una referencia a una pyme que parecía prometedora, se anotaba su nombre para examinarla luego con detenimiento.

- Además de realizar una exhaustiva investigación documental, se recurrió a una serie de personas, representantes de la ONU y miembros de organizaciones sin ánimo de lucro con quienes ya se tenía relación a través de las redes internacionales propias. Estas fuentes indicaron nombres de...

- pymes que invierten en educación (y, cuando fue posible, de las personas de contacto) ;
- individuos que quizá tuvieran información sobre pymes que invierten en educación
- asociaciones o entidades sin ánimo de lucro que tal vez pudieran ayudar a encontrar pymes que invierten en educación.

En Nigeria, Brasil e Indonesia se confió en asesores locales que analizaron en profundidad sus respectivos países para entender mejor los desafíos que plantea allí la educación y el papel que desempeña el sector privado (y las pymes en particular) para superarlos. Se eligieron estos tres países porque representan grandes economías con una importante influencia regional y decenas de millones de estudiantes. Cada uno sigue un camino diferente para alcanzar el Objetivo de Desarrollo Sostenible 4 de la ONU, pero todos poseen un dinámico sector privado.

También se ha puesto el foco en la ciudad estadounidense de Dallas (Texas), donde el sector empresarial lleva quince años contribuyendo a mejorar los resultados de la educación. (Véase el apartado 9).

Las entrevistas se dividieron en dos categorías.

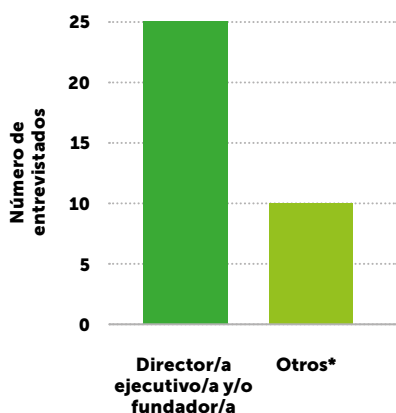
1. Pequeñas y medianas empresas

Durante el proyecto se entrevistó a personas de 35 pymes radicadas en trece países distintos. De entre todas las pymes entrevistadas, el 63 % tenía cincuenta empleados o menos y el 71 % tenía cien empleados o menos. Más del 70 % de las conversaciones se mantuvieron con los fundadores y/o directores ejecutivos de las empresas. Aunque en la mayoría de los casos se entrevistó a una sola persona, en algunas pymes se habló con varias para conocer sus inversiones en educación. Las empresas entrevistadas se dedican a toda clase de actividades: transporte, desarrollo de software, manufactura, transacciones financieras, programas de intercambio internacional, edición, moda, energía, ingeniería robótica, venta de entradas, etc. Algunas son compañías fundadas por emprendedores sociales que decidieron promover la educación desde el principio, ya fuera directamente o donando un porcentaje de sus ventas o ganancias. Otras, en cambio, han alcanzado un éxito que las ha motivado a devolver parte a la comunidad. Como se ha mencionado antes, se buscaron e identificaron empresas que hicieran contribuciones en su propio país (a menudo en su ciudad o comunidad) o que colaboraran con entidades sin ánimo de lucro en países en vías de desarrollo.

2. Organizaciones intermediadoras

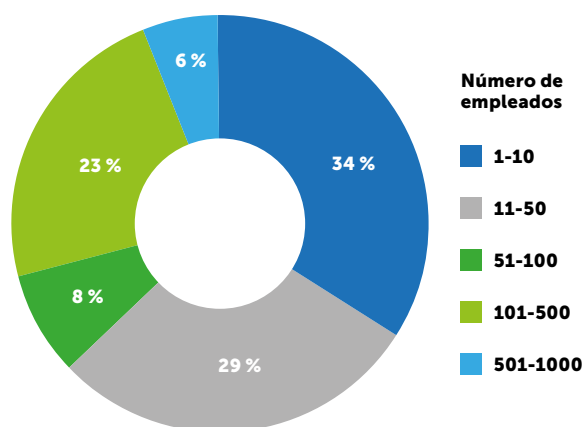
Estas entidades defienden que las empresas promuevan la educación y las ayudan a hacerlo a través de ciertos programas. Las entrevistas a los intermediadores se

Figura 3: Cargos de los entrevistados



*Otros cargos: propietario/a, director/a, jefe/a de responsabilidad corporativa, director/a general, responsable de soporte empresarial, responsable de recursos humanos, etc.

Figura 4: Número de empleados en las pymes entrevistadas



diseñaron para ampliar la investigación y descubrir pymes que tal vez merezca la pena estudiar en detalle, así como para conocer su perspectiva como grupos que trabajan con muchas compañías grandes y pequeñas. En total se realizaron siete de estas entrevistas a personas de seis países diferentes.

En conjunto, las personas entrevistadas resultaron de gran ayuda, al proporcionar nombres y compartir observaciones valiosas sobre las distintas maneras en que las empresas promueven la educación o pueden hacerlo. En algunos países dijeron que no podían facilitar nombres de empresas sin su permiso por cuestiones de privacidad.

También se entrevistó a representantes de tres entidades que forman parte de la subcategoría llamada "incubadores". Estos velan por que las start-ups y compañías recién fundadas incorporen el impacto social en su misión desde el principio. Los incubadores no ayudan directamente a promover la educación ni otras causas sociales, pero todos coincidieron en que la educación era uno de los principales intereses de sus miembros. Presentan cierto potencial para la colaboración.

Además de las pymes entrevistadas para este informe, también se procuró identificar el mayor número posible que fomentara la educación. Todos los nombres y datos de las pymes recopilados a lo largo de este proyecto se han incluido en una lista (quizá la primera de este tipo) donde aparecen más de 275 compañías.

He aquí el resultado de combinar la búsqueda de Wally con una vuelta al mundo virtual. Esta investigación ha sacado a la luz información nueva y valiosa, así que también se podría describir como una búsqueda del tesoro.

