



# **GOOGLE SCHOOL**

Teach to learn. Learn to teach.

**Trabajo de Fin de Grado**

**Universidad de Sevilla – Facultad de Comunicación**

Alumno: Álvaro Donaire Periañez

Tutor: Juan Carlos Rodríguez Centeno



Google School

# Índice:

1. Resumen
2. Introducción
3. Organización mundial en pro de la educación
4. Resumen del mercado
  - 4.1. Público objetivo: Educación por edades
  - 4.2. Análisis DAFO
  - 4.3. Competencia
  - 4.4. Problemas
    - 4.4.1. Subproblemas
5. Objetivos
  - 5.1. Objetivo principal
  - 5.2. Objetivos específicos de RSC
  - 5.3. Objetivos específicos de marketing
6. Presentación *Google School* (App)
  - 6.1. Idea
  - 6.2. Estrategia
  - 6.3. Manual de identidad corporativa
7. Financiación e ingresos
8. Colaboraciones

## Resumen

*Google School* se presenta como la herramienta digital para las instituciones y la ciudadanía que tiene la capacidad de facilitar una educación de calidad sin coste para el usuario.

Debido a los movimientos de cooperación, a la revolución tecnológica, y a la acción de compartir conocimientos que están surgiendo de una manera descomunal en la última década, los seres humanos cada vez estamos más unidos, más conectados. La web 2.0 ha sido un gran avance que ha facilitado la tarea a *Google School*, ya que cada vez son más los usuarios que colaboran con otros por un beneficio para las dos partes.

Asimismo, aquellos participantes que se inscriban en *Google School*, tendrán la posibilidad de aprender y enseñar a los ciudadanos de los 194 países que alberga nuestro planeta. Actuarán como profesores (**trainers**) o alumnos (**trainees**) en una plataforma que pretende ser un banco de conocimientos para todos los niveles formativos.

Es cierto que actualmente no todos los seres humanos tienen acceso a internet, pero *Alphabet Inc.* lucha por la igualdad en el campo en el que trabaja: la comunicación y la tecnología. Es por ello que realiza grandes inversiones en *Google [x]*, una de las empresas de su extensa cartera de marcas. Dicha empresa se dedica a la investigación y a la innovación, y está trabajando en el *Proyecto Loon*, cuya misión es interconectar mediante internet a todos los hombres y mujeres del mundo a través de globos que se sitúan en la capa estratosférica, y actúan como repetidores de señal Wi-Fi. De momento, el proyecto se ha asentado en Chile y Colombia, donde dan conexión gratuita a más de 65 millones de personas.

Gracias a la evolución de la sociedad motivados por la tecnología y a los avances implantados por la marca madre de *Google School*, *Alphabet Inc.*, podemos decir con seguridad que la educación, uno de los derechos humanos fundamentales, está a un paso de llegar a todo el mundo por primera vez en la historia.

# Marco teórico:

## 2. Introducción:

El mundo entero está en vilo por los grandes cambios y las innumerables novedades que están surgiendo en este siglo XXI. Asimismo, todos los sectores están en una evolución exponencial respecto a los siglos anteriores, y cada desarrollo ha desencadenado un efecto en la sociedad. Por ejemplo, la sanidad ha avanzado tanto que la esperanza de vida a nivel mundial se ha elevado en casi 20 años de los años 50 al siglo XXI (de 52 a 71 años). En aspectos de medios de comunicación es indudable el crecimiento que ha habido en menos de tres décadas: en los años 90 empezábamos a conocer lo que era un móvil, a día de hoy no solo todo el mundo occidental tiene uno, sino que su uso se ha desvirtuado en el mejor sentido de la palabra, pues a través de él podemos buscar toda la información mediante internet, hacer fotos y vídeos en 4K y escuchar música estemos donde estemos.

Los ejemplos de evolución son infinitos, pero hay un apartado social que se resiste a mejorar: la educación.



Hay una diferencia de 95 años entre la imagen de la izquierda y la de la derecha, y el máximo cambio es que una foto está en blanco y negro y la otra a color. De esta imagen podemos sacar conclusiones que sentenciarían a todos los responsables de educación desde hace un siglo. Se ve una clara enseñanza por adoctrinamiento, es decir, se pretendía y se pretende meter unos conocimientos con calzador en las mentes de los alumnos. Otra cosa apreciable es que para aprender nos vemos obligados a acudir a unas aulas que no tienen más que cuatro paredes y, con suerte, dos ventanas, lo que coarta los pensamientos de los adoctrinados. Un factor que aunque a simple vista no reconoceríamos es que para estar sentado en ese aula hay que pagar, sea por clases particulares, colegios privados o concertados, o simplemente por impuestos indirectos, sin mencionar el gasto que conlleva el

transporte hacia el centro educativo o las dietas diarias, así como el material necesario. Es el principal motivo de absentismo escolar a nivel mundial.

Por desgracia, no todo el mundo tiene acceso a la educación. En algunos países se da por casos individuales, es decir, porque la familia no se lo puede permitir, y en otros más tercermundistas se da porque el país no invierte en educación tanto como debería, por lo que hay pocos centros de formación a los que niños y mayores puedan acceder.

### 3. Organización mundial en pro de la educación

Los encargados a nivel mundial de informar de los índices de absentismo y de la evolución de la educación en general es la **UNESCO** (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura). “Fue creada en 1945 para responder a la firme idea de las naciones, forjada por dos guerras mundiales en menos de una generación, de que los acuerdos políticos y económicos no son suficientes para construir una paz duradera. La paz debe cimentarse en base a la solidaridad moral e intelectual de la humanidad”.

La relación violencia-educación es más grande de lo que pensamos. Este vínculo se hace fuerte por dos motivos:

- Internos al centro educativo:
  1. Hay un afán por la superioridad y la competencia. Es una cultura impregnada en medios de comunicación como la televisión o internet. Se pasa al interior de las escuelas mediante los estereotipados hombres y mujeres que se presentan en dichos medios. Concursos, discusiones y peleas generan esta necesidad de superioridad ante el que debería ser un compañero. Llevan lo que ven a su día a día, y pasan 5 días a la semana con el resto de niños.

2. Se motiva al alumnado mediante las calificaciones que han evaluado los mismos profesores. Esto vuelve a crear un conflicto relacionado con la competitividad. El saber y la capacidad de aplicación no son notificables en una escala del 0 al 10. Hay una gran cantidad de conocimientos que, por tiempo, son imposibles de enseñar en los que ciertas personas podrían ser muy válidas y no se les da lugar a demostrarlo. No obstante, para sus compañeros solo es “el negado de las matemáticas”.

- Externos al centro educativo:

1. El absentismo escolar tiene un efecto mariposa muy fuerte. El no ir a clase no implica quedarse en casa, sino justo lo contrario. Van a la calle, pero los ciudadanos de su edad sí están en clase. De este modo, solo les queda tener como referente a los mayores, quienes, como es obvio, hacen actividades acordes (sociológicamente hablando) a su edad. Es por ello que acaban en mundos que van de la mano de la violencia, la marginalidad y las drogas.

2. El Estado tiene un presupuesto delimitado para la educación, el cual se ha visto menguado en la última década por la dura situación económica en la que nos hemos visto sumergidos. Si se gasta menos en educación, no se puede avanzar. El problema real no ha sido esta década, han sido las anteriores en las que no se ha invertido en este sector, uno de los más importantes para el respeto en sociedad.

## 4. Investigación de mercado

### 4.1 Educación por edad (público objetivo)

Hasta el momento solo hemos hablado de la educación infantil y enseñanza primaria, pero a partir de ahora hablaremos de la educación en todas las fases de la vida, desde la infancia hasta la vejez, pasando por la juventud y la adultez.

#### Receptores de formación

En primer lugar, la **educación infantil** es de obligado cumplimiento en 40 países del mundo, de los cuales solo 10 son europeos. Si bien es cierto que no es necesario según el estado español, por ejemplo, es un punto de desventaja sobre los países que sí la tienen como obligatoria. Sin embargo, es una complicación económica y de organización para los padres llevarlos pudiendo aprender cosas básicas como las formas y los colores en casa.

La siguiente fase: la **educación primaria, secundaria y bachillerato**. Como ya hemos mencionado, es indispensable la educación en esta etapa. Son los cimientos de la educación en todos los aspectos: de respeto, de valores, de la imaginación y, cómo no, del conocimiento. Es impensable a día de hoy que la educación a esta edad no sea obligatoria, no solo por la diferencia intelectual que tendría el país sobre el resto, sino porque se acabaría retroalimentando de ignorancia, violencia y drogodependencia, así como de falta de respeto y de saber estar en sociedad. Es la etapa donde más inscritos hay en educación en todo el mundo. Por lo general, se ve dibujado en las clases, donde profesores deben enseñar a más de 40 niños. Como consecuencia, están menos formados por el poco tiempo que el profesor puede dedicar a cada uno de manera individual.

Seguidamente, viene la **juventud**. Comprende parte del bachillerato y de formación específica (universidad, módulos, cursos, escuelas..). Este tramo educativo se caracteriza por la elección de (parte de) las asignaturas que para su estudio por parte del alumnado. Determinará, en cierto modo, su profesión futura y los valores positivos y negativos que cada carrera o curso ofrezca. Ni que decir tiene, que es el espacio temporal donde más dinero se nos ve obligados a gastar. La media anual del coste en matrícula universitaria en España oscila entre los 870 y los 1320.

Por último, llega la **adultez**. Ha habido un enorme crecimiento de inscritos en educación para este periodo. La crisis mundial ha creado el movimiento de formación llamado '*titulitis*', el cual ha hecho que jóvenes se preparen a conciencia

para hacer frente al duro panorama laboral. A consecuencia de esto, los adultos no formados han acabado en el paro, por lo que ahora deberán formarse para especializarse en una profesión posteriormente.

No podemos acabar este paso por la vida sin mencionar el ciclo de la **vejez**, pues en la actualidad hay un alto grado de analfabetismo en esta edad tan avanzada. Además, hay un gran mercado de conocimientos que, cuando ellos eran jóvenes, no eran tan específicos.

#### Emisores de formación

Los profesores que se conviertan en un usuarios de la app también forman parte de nuestro público objetivo, ya que la educación es una actividad de retroalimentación en la que **trainer** y **trainee** beneficiados. Dentro de esta parte del público objetivo hemos de segmentar según las necesidades de los mismos:

- **Formadores en paro:**

Es el público objetivo principal dentro de los formadores. *Google* pretende reducir la tasa de paro mediante convenios con los estados, siempre y cuando lleguen al salario mínimo interprofesional de cada nación en la que tribute el formador. Asimismo, son un gran foco de demandantes de trabajo que pueden servir de ayuda a la app para su lanzamiento.

- **Formadores por apoyo salarial:**

Este sector incluye a profesionales de la formación y a profesores particulares (normalmente jóvenes) con leve experiencia en la educación. Ambos tienen en común que quieren aumentar su sueldo. Gracias a *Google School* podrán incrementarlo sin salir de casa.

- **Formadores que creen en la educación 2.0:**

Por suerte o por desgracia, la educación actual no es plato de buen gusto para todo el mundo. Por lo tanto, hemos visto oportuno incluir a aquellos formadores que sienten la esperanza en la llegada de una nueva educación. Como es lógico, será nuestro público objetivo menos directo. No obstante, de aquí suelen salir los mejores profesionales, como es el caso de David Calle, ya que se ven motivados por un progreso que cada vez puede ser más real.

## 4.2 Análisis DAFO:

Desde Google, para *Google School*, creemos que en el resumen (pág. 2) está la información necesaria para comprender el siguiente análisis DAFO. No obstante, en la presentación de la idea (pág. 21) hay una mayor documentación sobre la marca y sus características.

- Análisis interno:
  - **Debilidades:** complicada sincronización entre *Google School* y *Proyecto Loon* (pág. 25), aplicación en beta, choque de culturas por el uso de internet, necesidad de colaboración para el proceso de lanzamiento de la app, primera inversión de elevada cantidad.
  - **Fortalezas:** app novedosa, respaldo de la marca madre (*Google*), notoriedad de marca madre, equipo humano con gran experiencia, sinergias con *Proyecto Loon* y *Google Académico*, elevado crecimiento del uso de internet, gratuidad del producto para los usuarios.
- Análisis externo:
  - **Amenazas:** capacidad de la competencia de adaptarse al producto (nivel bajo de barrera de entrada), alta posibilidad de desuso por paso de moda, desconfianza en el producto novedoso, denegación de colaboración de instituciones y organizaciones, riesgo de que se tache a *Google* de oportunista.
  - **Oportunidades:** interés potencial de instituciones y organizaciones, así como de la ciudadanía en general; capacidad de conectar al mundo mediante la educación, refuerzo de sueldo de usuarios formadores, creciente importancia de la RSC, iniciativa comunitaria (acciones relacionadas con el hecho de compartir) como una de las novedades más relevantes en la década de 2010.

### 4.3 Competencia:

Pese a que el mercado de la educación está copado por guarderías, colegios, institutos, universidades, grados superiores, cursos de formación, academias, videotutoriales y demás métodos didácticos digitales, *Google School* se presenta como la primera app en unir lo mejor de la actual década, que es el acto de compartir gracias a herramientas digitales (como *AirBnb*, *BlaBlaCar*, *Google Drive*, *Trivago*, etc.), con uno de los pilares de la sociedad humana, la educación.

A día de hoy, *Google School* está abriendo un nuevo mercado en el mundo de internet. Además, se expone como una aplicación cuyo público objetivo directo es todo ser humano que no tenga o no haya tenido acceso a la educación. Asimismo, se elimina de la competencia a universidades, colegios, y demás centros de formación. No obstante, nuestro público objetivo secundario es aquella parte de la ciudadanía que quiere reforzar sus conocimientos o incrementarlos. Es el principal motivo por el que pasaremos al análisis de la competencia:

- **Profesores particulares:**

Es una de las maneras tradicionales de impartir formación en la actualidad. Por lo general, suelen ser jóvenes de entre 18 y 25 años que pretenden tener un pequeño ingreso que no supera el salario mínimo español. Sin embargo, también se dan casos de profesionales de la educación que dan clases a un precio mayor que el conjunto mencionado anteriormente. Están más cualificados, por lo que el incremento del coste por el servicio es comprensible.

Una ventaja de los profesores particulares es que pueden estar 100% concentrados en su alumno. De esta manera no se ven desbordados por la masificación de alumnos que hay en las aulas actualmente.

De este modo tenemos dos perfiles de profesores particulares competidores: jóvenes de baja formación que imparten clases a un bajo coste y profesionales de la enseñanza que forman a un coste elevado.

La ventaja de *Google School* sobre esta competencia es que ofrece los dos tipos al usuario en formación a coste cero. La persona que se inscriba como **trainee** (usuario en formación), escogerá según evaluación propia o por criterio de los demás usuarios qué **trainer** (formador) prefiere.

- **Academias:**

Es un caso similar al de los profesores particulares. Se les diferencia por la entrega que ofrecen al alumnado, pues, aunque no se trate de aulas masificadas, no pueden tener el mismo control sobre el individuo que un profesor particular.

Un punto a favor de las academias es la seguridad que transmiten per se.

El hecho de ser privado ya da prestigio, a lo que se le suma la profesionalidad que se le presupone a estas.

- **Cursos de formación:** Se habla en este apartado de masters, cursos, escuelas especializadas, etc. Actualmente, y con la llegada de la ya mencionada 'titulitis' a nuestros tiempos, no es suficiente tener una titulación de grado ni de licenciatura. El curriculum formativo es levemente atractivo para los oferentes si no está complementado con estudios específicos. Es un mercado que ha aflorado de forma muy positiva en esta década, por lo que son los principales competidores para *Google School* en el segmento de nuestro público objetivo secundario.

El modo de afrontar a estos rivales de negocio es mediante convenios o contratos con profesionales de prestigio que impartan masterclass a través de nuestra plataforma. Otra forma de ser más demandados es la gratuidad de nuestro servicio frente a los miles de euros que cuesta este tipo de formación.

- **Bancos de apuntes (Ej: Wuolah):** La cualidad principal de esta competencia es su gratuidad y la comodidad de acceso a la información. Si alguien quiere saber de cualquier tema solo tiene que acudir a estos bancos de información y servirse de los conocimientos que cada usuario necesite. Le diferencia de *Google School* por su obligado autodidactismo. Mientras que en casos como Wuolah solo tienes el acceso a la información, en *Google School* se aporta información y formación.
- **Youtube:** Esta es una de las plataformas más usadas para la visualización de videotutoriales. De esta aplicación salió el finalista español al Premio Nobel de la Educación de la última edición, David Calle, por su labor como docente digital. El problema de esta web es la ausencia de feedback, es decir, **trainer** y **trainee** no pueden interactuar entre ellos. Los receptores de información optan a votar los vídeos, a compartirlos y a opinar sobre ellos, pero en caso de dudas con la teoría impartida no hay una respuesta rápida, por lo que el aprendizaje se hace más complicado.

#### 4.5 Problema y subproblemas:

Tras hacer un breve resumen por fases vitales podemos sintetizar el principal problema que existe en el mundo de la educación: **el sistema educativo y el pensamiento de los gobernantes y los ciudadanos del mundo respecto a este están obsoletos**. Ante este obstáculo detectamos una serie de subproblemas:

1. Familias en situación de pobreza generan absentismo escolar
2. Gobiernos no invierten lo suficiente en educación
3. Desigualdad educativa en el mundo
4. Gran cantidad de adultos sin formación
5. Analfabetismo en adultez y vejez
6. Coste de las matrículas
7. Pocas infraestructuras en países subdesarrollados
8. Escasa exigencia formativa en la titulación en Magisterio

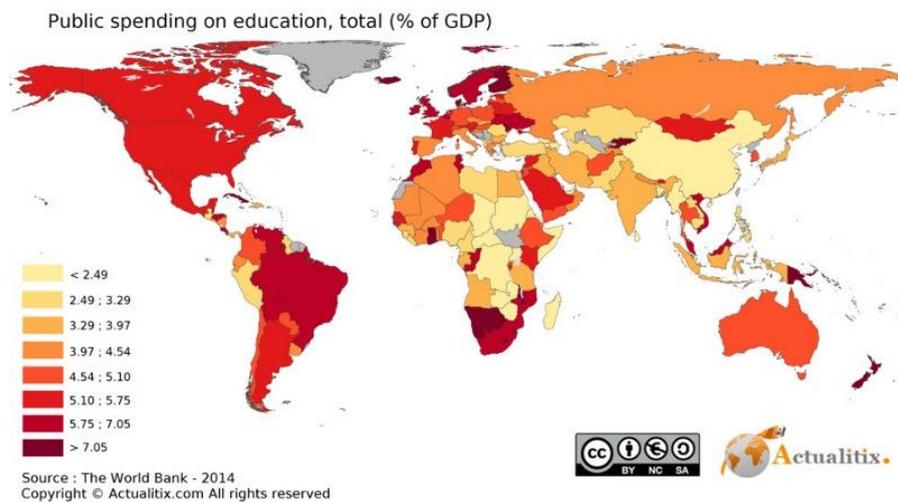
A continuación, comenzaremos a detallar brevemente cada subproblema:

##### 1. **Familias en situación de pobreza generan absentismo escolar:**

Una de las principales reglas en la economía global es que el subdesarrollo genera subdesarrollo, es decir, el hecho de que los adultos estén en situación de pobreza facilita la pobreza de su hijo, el cual se verá sin posibilidades económicas de defender su futuro, ya que no ha conseguido acceder a una educación porque sus padres no pudieron permitirselo.

Esa frase con la que iniciamos el primer subproblema es referida tanto a nivel nacional como individual. El subdesarrollo también genera subdesarrollo a toda una nación. Sin educación no hay respeto. Sin respeto hay robos y, en general, violencia. Si hay corrupción, hay un pueblo entero aprendiendo a que ser corrompido es algo normal. Así nos quedamos sin sistema, y sin sistema no hay sociedad útil para levantar la educación de las siguientes generaciones. Es un bucle infinito.

## 2. Gobiernos no invierten lo suficiente en educación:

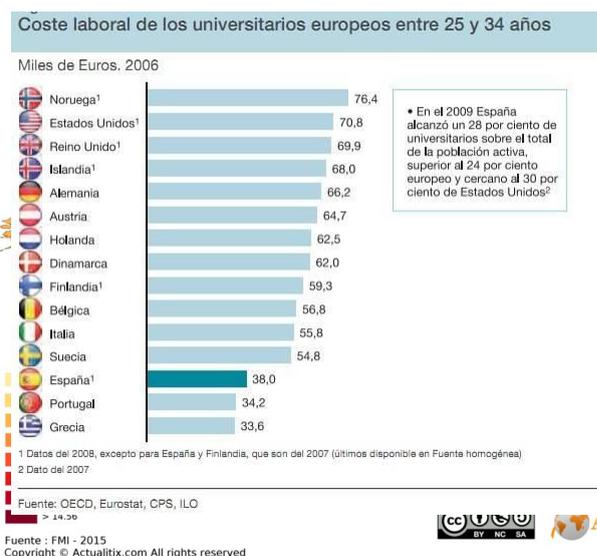


Los porcentajes más elevados, salvo la excepción que confirme la regla, siempre corresponde a los países más desarrollados. Se suman a la lista todos los países del norte de Europa, el sur de África, EE.UU, Canadá y Brasil. Casualmente, el norte europeo es de las zonas con menos violencia del mundo.

Los sueldos de los profesores, que son los motores de la educación, no suelen ser elevados a nivel mundial. De forma sociológica, es poco probable que alguien que no esté motivado económicamente realice de la mejor manera su tarea. Bajo esta premisa es comprensible que se identifique a los gobiernos como un subproblema, ya que son los que predeterminan qué partidas se destinan a los ministerios de educación de cada país.

Siendo pilar base de la sociedad, no se posiciona como uno de los tres ministerios en los que más se invierte. No obstante, cada país prioriza a la educación de una manera, lo que nos lleva al siguiente subproblema.

## 3. Desigualdad educativa en el mundo:



Partiendo de esta gráfica se puede entender mucho mejor la relevancia que tiene la educación y el respeto en cada país. Además, es indirectamente proporcional a la corrupción que hay en cada uno de los países.



Italia, Grecia o España. Países que están en la cola

de la transparencia en Europa, casualmente son de las que menos invierten en este ministerio. Por lo contrario, los del norte europeos están en el top: Noruega, Reino Unido, Islandia, Dinamarca...

Por el momento, en este apartado solo hemos hablado del continente de Europa, porque en gráficas como ésta que son a nivel mundial sería complicado encontrarnos a países africanos, por motivos de infraestructuras, personal cualificado para ejercer y por cultura, ya que muchas de las naciones que forman África acostumbra a tener hijos para que ellos trabajen y traigan el dinero a casa, como ocurre con las minas de coltán en el Congo.

Esta brecha educativa solo puede ir aumentando si no se pone una solución sobre la mesa de las organizaciones mundiales como la UNESCO o la ONU, aplicando una normativa que fomente la inversión en el sector formativo.

#### 4. **Gran cantidad de adultos sin formación:**

En ciertos países del mundo, por norma general los que se sitúan a orillas del Mediterráneo, hay un gran índice de desempleo. No es de extrañar que sean países con una cultura semejante (Francia, España, Italia, Grecia y Marruecos, la nación africana más europeizada).

Dicha cultura se ha visto obligada a evolucionar en esta última década, por la crisis mundial (no sólo económica, también de valores). Si en la anterior generación la educación universitaria o de educación superior no se intuía como necesaria siempre y cuando hubiera trabajo, en las generaciones 'y' y 'z' (nacidos entre 1985 y 1993 y entre 1994 y 2010, respectivamente) se presupone como indispensable. Actualmente 'Y' y 'Z' tienen mayor probabilidad de encontrar trabajo que sus padres si tuvieran la misma edad.

Estas generaciones se caracterizan por su impaciencia, a causa de haber nacido tomando el internet como algo normal. Tienen toda la información dónde y cuándo quieran, y eso les hace ser personas multitarea. La consecuencia principal es la precariedad en estas dos generaciones, y el paro en la de sus padres que no se formaron. El efecto directo en estos ciudadanos es la necesidad de hacerlo ahora. Sin embargo, no les será suficiente para despuntar de las generaciones 'y' y 'z', ya que estos cuentan con la frescura, la creatividad y el factor multitarea que les ha sido concedido por nacer en la era de la comunicación y la situación económica en la que han crecido laboralmente.

Para finalizar, hemos de nombrar la problemática que se forma por la distribución de edades en los países donde hay más paro por la baja formación de los adultos. Se trata en todos los casos mencionados anteriormente de una pirámide poblacional invertida. Se traduce de la siguiente forma: aquellos que deben mantener a los jubilados, y que suponen el mayor grosor de la población, no pueden hacerlo. También supone que ese grueso envejecerá, y que sus pensiones serán sostenidas por una minimizada generación de jóvenes, que a día de hoy viven con sueldos precarios.

##### 5. Analfabetismo en adultez y vejez:

Comencemos con este subproblema citando un artículo de la web <http://www.semana.com/>:

**“Cerca de 781 millones de adultos no saben leer ni escribir y dos tercios de ellos son mujeres, señala un informe de la Unesco. (...) Casi dos tercios de los 781 millones de adultos iletrados son mujeres, un porcentaje que no ha mejorado desde 1990, señaló la directora general de la UNESCO con motivo del Día Internacional de la Alfabetización”**

El analfabetismo en mujeres es mayor por motivos históricos y actuales. En los países desarrollados, hace un siglo no tenían ni opción de voto, mucho menos a educación. Ese siglo de diferencia está castigado por dos guerras mundiales e infinitas internacionales y civiles. En esos momentos el hombre iba a la guerra y la mujer se quedaba en casa para proteger a la familia. Es uno de los principales motivos por los que las mujeres conforman dos terceras partes del total de anafabetismo.

En países subdesarrollados es más comprensible la falta de educación por cuestiones mencionadas anteriormente, como la falta de infraestructura, de formación para enseñar, de apoyo humanitario y de gobiernos que solo pueden luchar por subsistir o no dan tanta importancia a la educación como los países occidentales.

Se estima que *“combatir el analfabetismo es uno de los medios más eficaces para ayudar a reducir la pobreza, conseguir empleo, ganar un mejor sueldo y mejorar la salud de las madres y los niños”*.

## 6. Coste de las matrículas

- Matriculación media anual infantil en centro público: **200-400€**
- Matriculación media anual educación primaria en - centro público: **270-470€**
- Matriculación media anual educación secundaria en centro público: **310-510€**
- Matriculación media anual bachillerato en centro público: **350-550€**
- Matriculación media anual universidad en centro público: **500-700€**

No parecen cifras altas para la población de clase media-baja hacia arriba de la pirámide poblacional económica. No obstante, como ya veníamos comentando, las familias en situación de pobreza no se lo pueden permitir, y en ocasiones tampoco las de clase media-baja. El subdesarrollo genera subdesarrollo, y en el ámbito familiar es más palpable.

Al precio de matriculación hay que sumarle el transporte, las dietas y el material escolar o universitario, por lo que personas de la clase media, ya casi inexistente, empieza a flaquear con tal de pagar sus estudios.

Hasta el momento solo hemos comentado cómo afecta el precio para las matrículas de jóvenes. Para los adultos sin formación es la misma cantidad, pero tienen otros gastos como el alquiler o la hipoteca, el transporte, la manutención familiar, etc. Si ya es complicado el hecho de comenzar unos estudios con un receso de 15-20 años, con la carga económica es mucho más.

Asimismo, podemos asegurar que el precio de matriculación en los distintos grados de formación, aunque no exagerado, es difícil de costear por familias que están por debajo de la clase media en la pirámide.

## 7. Escasa exigencia formativa en la titulación en Magisterio

Actualmente, un tercio de la población africana comprendida entre los 4 y los 16 años no tiene acceso a formación educativa. Por suerte, se ha reducido gracias a organizaciones sin ánimo de lucro, como UNICEF, la Fundación Nelson Mandela o la Fundación Peter Krämer, que apuestan desde 2005 por la escolarización de aquellos que no tienen hueco en el sistema educativo. Consiguieron reducir el la cantidad de niños sin acceso a asistencia escolar en 28,5 millones de niños entre 13 países africanos.

Pero seamos sinceros, la falta de escolarización en este continente no solo viene dada por la falta de infraestructuras, también contamos con la inmensa ola de conflictos bélicos que hay en África. Dichas guerras son una máquina

de crear niños soldado, y de eliminar a aquellos que no sobreviven a los ataques de los asaltantes, así como de exiliar a los que consiguen huir. No obstante, los 77 millones de niños que no están matriculados podrían levantar su propio continente.

Como mencionamos en subproblemas anteriores, “el subdesarrollo genera subdesarrollo”. Sin embargo, si se consiguiera matricular a la mitad de niños, que no están en situación de conflicto, aumentaría el crecimiento económico, por ende saldrían del bucle de pobreza, podrían invertir en más y mejor educación y eliminarían de sus problemas al SIDA, ya que no estarían en las calles y tendrían más conciencia de la enfermedad; al alto conflicto bélico, pues una persona, por alto cargo que sea, no podría decir a todo un país que está en guerra por ciertos motivos qué es lo mejor para su nación. Las culturas solo se pueden imponer desde dentro.

#### **8. Baja formación en Magisterio:**

Aunque este sea el subproblema que preceda en la lista al de “Pocas infraestructuras en países subdesarrollados”, no significa que la baja formación solo afecte a estas naciones. Es más, se hace más significativo que la baja exigencia para ser profesor de primaria, secundaria o bachillerato se dé también en los países desarrollados.

Las causas de este subproblema son la baja nota de corte de la carrera de magisterio, los sueldos (que son acordes a las horas pero no al desgaste psicológico del profesorado) y la antigüedad de los métodos para enseñar. Todas estas causas no son aplicables a los países nórdicos, tal y como hemos podido apreciar en gráficas anteriores. A estas razones hemos de sumarle la masificación en las aulas, que hace que estos profesionales no puedan dar el 100% de ellos a cada niño al que impartan.

El problema no es de los educadores, es de los educadores de los educadores. Esta frase va referida tanto al grupo de personas que han educado a toda la población que, por suerte o por desgracia, se ven afectados intelectualmente por la generación anterior, como al sistema educativo en sí mismo. Con educador no solo nos referimos a los profesionales, también contamos con familiares, poderes y empresas que se han visto sumidos en la rutina de la pedagogía clásica.

La doctrina educativa no ha variado en casi 100 años, y nadie está haciendo nada por cambiarla. De esto vuelve a señalarse como culpables al sistema implantado, que se retroalimenta de su enseñanza, y los educadores que aún no han/hemos encontrado otro camino... Hasta hoy.

## 5. Objetivos

### 1. **Objetivo principal:**

Poner a disposición de las instituciones y de la ciudadanía una app que facilite el acceso a una educación de calidad sin coste para el usuario.

### 2. **Objetivos específicos:**

- a. Reducir el absentismo escolar al facilitar la equidad en el acceso.
- b. Distribuir la financiación en educación entre gobiernos, proveedores, organismos, etc., incrementando con ello la inversión en educación.
- c. Incrementar la cantidad y la calidad de formación reduciendo la desigualdad entre países.
- d. Acercar la formación a personas adultas facilitando su acceso mediante la app *Google School*, reduciendo el analfabetismo.
- e. Paliar la dificultad que representa la falta de estructuras físicas y de factor humano en países en vías de desarrollo.
- f. Aumentar la calidad del perfil docente reconociendo a aquellos que mejor imparten el aprendizaje.
- g. Promover el empleo de los expertos en las diferentes materias formativas.

### 3. **Objetivos de marketing:**

- a. Incrementar el uso de *Google Scholar* a raíz de *Google School*.
- b. Ascender hasta el millón de usuarios (entre **trainer** y **trainee**) en el primer año de actividad.
- c. Viralizar la acción de RSC que ejerce *Google* para toda la humanidad.
- d. Disminuir el paro de formadores, como acto para apoyar la RSC.

- e. Atraer nuevos inversores y colaboradores para dar más fuerza a la familia de *Google*.
- f. Aumentar en un 5% los usuarios en países subdesarrollados en el primer año de ejercicio de *Google School*.
- g. Generar la satisfacción total de los usuarios, con el fin de crear *publicity*.

## 6. Presentación de Google School:

El mundo está en un periodo de cambio exponencial a nivel económico, social y tecnológico. Tal es el cambio que en esta década se han llegado a desbancar a todas las multinacionales petroleras del top 5 de empresas más valiosas, siendo sustituidas por las americanas situadas en su mayoría en Silicon Valley, foco de marcas tecnológicas, tales como *Facebook*, *eBay*, *Adobe Systems*, *Netflix*, *Tesla* o *Alphabet Inc.*

La marca Google es la “*compañía principal subsidiaria de la multinacional estadounidense Alphabet Inc.*”, la cual se posiciona en el ranking de empresas más valiosas del mundo en segundo lugar, solo detrás de *Apple*. Este conglomerado se reestructuró en 2015, con el fin de centralizar y potenciar la marca. Su nombre se debe a que dispone de una submarca por letra del alfabeto latino. Como dato curioso, la multinacional pretendía escoger <https://www.alphabet.com/> como URL, pero una filial de BMW la había elegido con anterioridad. Por ello, seleccionaron la siguiente URL: <https://abc.xyz/>, con el eslogan “*G is for Google*” como cabecera.

La marca matriz cuenta con un amplio repertorio de servicios tecnológicos de distinta índole. En este caso nos centraremos en aquellas que puedan servir de herramientas complementarias para la nueva submarca *Google School*, de la cual hablaremos posteriormente: *Google Books*, para la localización de libros propuestos por el formador (**trainer**); *Google Académico*, que acerca archivos educativos a los aprendices (**trainee**); *Google X*, como principal motor de creación y de investigación de la marca y su entorno; y *Google I/O*, que es un evento anual para “*presentar y discutir las aplicaciones de Google y las tecnologías abiertas de Internet*”. A todas estas empresas en funcionamiento se le suma el *Proyecto Loon*, perteneciente a *Google X*, que pretende ofrecer un servicio de wi-fi gratuito a todo el mundo a través de globos situados en la estratosfera que sirven como repetidores de señal.

Una vez estudiada brevemente la marca madre y su estructura, pasamos a la presentación de ***Google School***:

- A. **Idea**
- B. **Estrategia**
- C. **Diseño corporativo**
  - a. **Manual de identidad**
  - b. **Interfaz App**

#### A. **Idea:**

Tras una vuelta por la situación educativa actual, hemos visto que el mundo está preparado para un salto evolutivo en el sector formativo gracias a la burbuja tecnológica en la que nos encontramos.

La intención de *Alphabet Inc.* con este nuevo servicio es la de hacer accesible a todo hombre y mujer uno de los derechos humanos de más valor para la sociedad: la educación. Si bien hace un siglo era imposible por infraestructuras, falta de formación y de factor humano especializado en la educación, a día de hoy podemos decir que el mundo está más conectado que nunca, lo que nos abre puertas a la versión del ser humano 2.0, y con dicha versión una infinidad de posibilidades para compartir (ya sean conocimientos, una casa, un coche, una opinión...).

Se lanza la App *Google School* con carácter educativo-formativo. Se divide el perfil de los usuarios en dos: **trainers** (formadores) y **trainees** (aprendices). Cada miembro de esta comunidad puede acceder con los dos roles. Los cursos se subdividen en convalidados y no convalidados, y solo los formadores titulados o verificados por Google School podrán acceder a impartir estos últimos.

Las materias impartidas serán tan variopintas como las asignaturas o cursos que se reciben en escuelas, institutos, universidades, ciclos formativos, etc. Las materias se subdividen por rangos formativos: educación básica, educación primaria, secundaria, bachillerato, universidad, cursos exprés, masters...

Ya hemos hablado de los pilares principales de Google School: **formadores**, **aprendices**, y **materias**. Solo hace falta un último pilar: **la tecnología**. Gracias a ella todo este proyecto, sumado al de otros grandes de *Alphabet Inc.* como el *Proyecto Loon*, *Google Drive*, *Youtube* o *Google Académico* (entre otros), es posible a día de hoy, y no una utopía. Gracias a todas estas marcas podemos decir que zonas con pobreza formativa podrán optar a una educación de calidad.

#### B. **Estrategia:**

Una vez definido el mercado al que nos dirigimos y al mercado con el que competimos, seguimos desarrollando la estrategia en el **Anexo 1**.

## C. Diseño corporativo:

A continuación, presentamos la imagen de Google School, respetando siempre el aspecto corporativo de la marca madre.

### a. Manual de identidad corporativa

Para observar el documento de forma física, abra el **Anexo 2: MIC - Google School**. Si desea visualizarlo en formato digital, abra el siguiente enlace:

<http://fliphtml5.com/ggfg/hqlh>

### b. Interfaz App

Con el fin de realizar este trabajo de la forma más realista, Google School ha hecho una simulación o app en fase beta para demostrar el diseño interno del servicio que esta empresa ofrece. De momento solo se encuentra en uso para ordenadores, próximamente se lanzará para otros dispositivos, como móvil o tablet.

Para visualizar de forma correcta la plataforma, siga las instrucciones:

1. Abra el enlace en su ordenador:  
<https://xd.adobe.com/view/4ed56e69-2312-438c-b03d-e814b943d77a>
2. Haga click en el icono de flechas contrapuestas (**Fullscreen Mode**) que se encuentra en el margen superior derecho.
3. Pulse **F11** o en su defecto **fn + F11**

¡¡Ya puede registrarse en Google School!!

**Nota:** Al ser una simulación de la App, no están todas las carpetas de la misma disponibles. No obstante, al hacer click en un carpeta inactiva se iluminarán en azul las pestañas activas.

## 7. Financiación e ingresos:

La empresa, en periodo de lanzamiento, necesita un impulso económico para costear un pago inicial elevado en comparación a los que le sucederán. Tanto la infraestructura, como el diseño, la URL o el posicionamiento de la web requieren de una gran inversión, que principalmente estará respaldada por los siguientes factores:

### **Alphabet Inc.:**

Desde la marca madre, se realiza una gran inversión en favor a las submarcas que le pertenecen. Una de ellas, *Google [x]*, es la herramienta principal de investigación e innovación de este conglomerado, la cual se encarga de mostrar la viabilidad de proyectos que hasta el momento parecían ilusorios, como es el caso del *Proyecto Loon*.

Gracias a la financiación económica y mediante servicios de *Alphabet Inc.*, *Google School* podrá ver la luz próximamente.

### **Publicidad:**

Como habrán podido observar, en la simulación de la App hay un espacio vacío en el margen inferior, el cual será utilizado por banners de anunciantes cuyo interés y valores sean similares a los de la plataforma.

De esta forma no solo se financia la aplicación, de este mismo servicio se extrae el sueldo variable de los **trainers**. Dicha cantidad depende de las visualizaciones que obtengan los formadores.

### **Base de datos:**

Se ha convertido en uno de los negocios recientes más rentables del panorama, y es que supone un coste cero (excepto mantenimiento y contratos de *Alphabet Inc.*) a cambio de grandes cantidades monetarias aportadas por empresas que requieren esta información, para entender a su público objetivo de una forma más exacta.

## 8. Colaboraciones

### UNESCO:

Esta organización cuyo fin principal es “Construir la paz en la mente de los hombres y las mujeres” lucha por la educación desde sus comienzos, ya que entienden que es el camino más rápido para que los países se alejen de la pobreza, la desigualdad y la violencia.

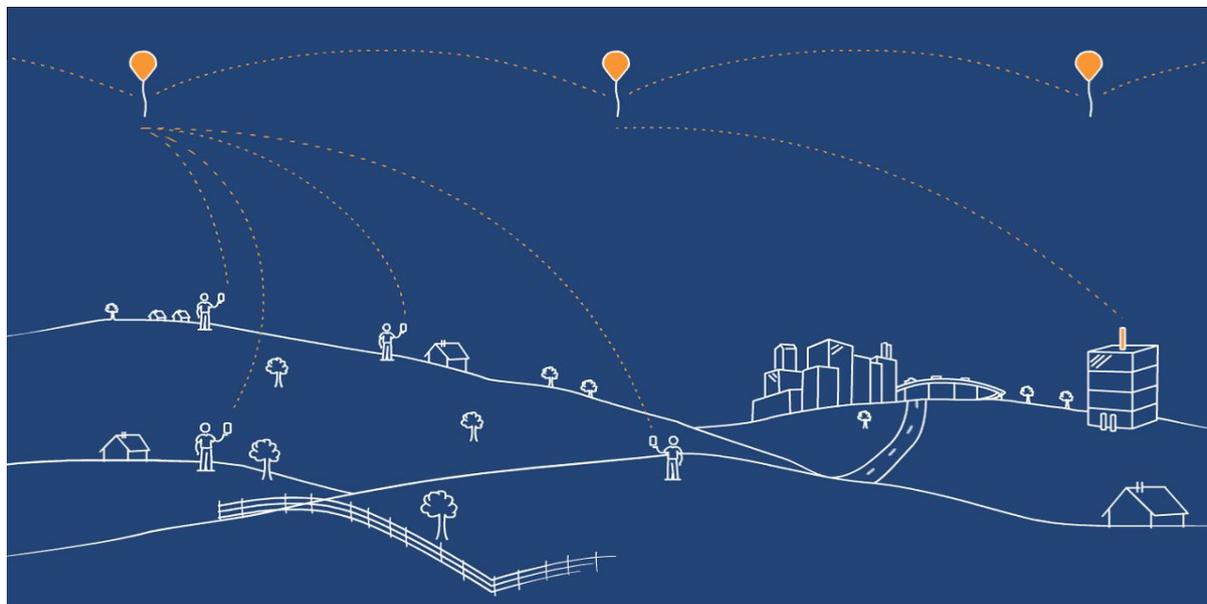
Por ello, UNESCO se presta voluntaria para impartir a través de *Google School* cursos convalidados, así como para dar infraestructuras básicas como proyectores, ordenadores y demás herramientas sin las que sería imposible poner en funcionamiento esta plataforma.

### Estados nacionales:

Dependiendo del país, habrá una mayor o menor participación en la educación. *Google School* pretende que se unan a su lista más de 50 países en su primer año de actividad mercantil. Las colaboraciones de estos estados no serían otras que las de facilitar información fidedigna acerca de los trainers principalmente, con el objetivo de que los cursos convalidados sean más que un diploma, y los usuarios trainees puedan aprender y llegar a una educación eficiente.

### Proyecto Loon

Desde *Google [x]*, submarca de *Alphabet Inc.*, se está llevando a cabo uno de los proyectos más ambiciosos en el sector de la comunicación y de la tecnología: hacer llegar a todo el mundo una conexión a internet. ¿Cómo?



De momento los globos repetidores de señal Wi-Fi solo están sobrevolando Chile y Colombia, pero se pretenden implantar en todo el mundo en los próximos años. Este proyecto es fundamental para hacer llegar la educación mediante *Google School* en continentes como África, ya que carecen de una infraestructura tecnológica y de

comunicación sólida.

**Youtube:**

También perteneciente al conglomerado de *Alphabet Inc.*, ofrece el servicio de hemeroteca educativa. Se presenta como el espacio digital de almacenamiento de los cursos impartidos por los trainers de *Google School* a través de la cuenta de esta plataforma (Google School).

**Skype:**

Por último y más importante, Skype colabora en *Google School* ofreciendo su servicio a los usuarios, con el fin de entablar una clase audiovisual y en directo. Junto con el *Proyecto Loon* y la aportación material de la UNESCO, clases enteras de niños en África o Asia podrán tener un profesor que se localiza a miles de km de ellos y, aun así, una educación de calidad.

## Bibliografía:

1. Banco Mundial Esperanza de vida al nacer, total (años). Datos.bancomundial.org. Desde <http://datos.bancomundial.org/indicador/SP.dyN.le00.IN>
2. Universia España (2015) UNESCO: Resultados del informe Educación para todos en el Mundo 2015. Noticias Universia España. Desde: <http://noticias.universia.es/educacion/noticia/2015/04/09/1122903/unesco-resultados-informe-educacion-mundo-2015.html>
3. UNESCO (fecha de creación de website). Sobre la UNESCO. (2017). UNESCO. Desde <http://es.unesco.org/about-us/introducing-unesco>
4. Gómez, P. (2017). El valor de la educación frente a la cultura de la violencia. Ugr.es [http://www.ugr.es/~pwlac/G19\\_32IsabelFrancisca\\_Alvarez\\_Nieto.html](http://www.ugr.es/~pwlac/G19_32IsabelFrancisca_Alvarez_Nieto.html)
5. UNESCO (2015). Informe de Seguimiento de la EPT en el Mundo. (2015) (1st ed., pp. 57-175). Desde <http://unesdoc.unesco.org/images/0023/002324/232435s.pdf>
6. Paula YAQ (2015). Cuánto cuesta estudiar en las universidades españolas | Y Ahora Qué. (2017). Yaq.es. Desde <http://yaq.es/reportajes/cuanto-cuesta-estudiar-universidad>
7. Zaragoza C. (2017). *El desempleo lleva a más de 3.600 adultos a estudiar la ESO e incluso hay lista de espera.* heraldo.es. Desde [http://www.heraldo.es/noticias/suplementos/2015/01/18/el\\_desempleo\\_lleva\\_mas\\_600\\_adultos\\_estudiar\\_eso\\_incluso\\_hay\\_lista\\_espera\\_341652\\_314.html](http://www.heraldo.es/noticias/suplementos/2015/01/18/el_desempleo_lleva_mas_600_adultos_estudiar_eso_incluso_hay_lista_espera_341652_314.html)
8. Medium (2016). Niños que repiten de año sometidos por la “norma” ilegal del Ministerio de educación. (2017). Medium. Visto el 12 Marzo de 2017, desde <https://medium.com/@leoncesarp/el-minedu-favorece-a-una-%C3%A9lite-y-perjudica-a-los-ni%C3%B1os-pobres-se-ve-f%C3%A1cil-con-n%C3%BAmeros-8d0ec40d4eba>
9. FMI (2016) Tasa de desempleo (%) por país - 2016. Es.actualitix.com. Visto el 18 Marzo 2017, desde <https://es.actualitix.com/pais/wld/tasa-de-desempleo-por-pais.php>
10. C. Pico, R. (2015). Cómo la Generación Z se diferencia de los millennials. PuroMarketing. Visto el 19 Marzo 2017, desde <http://www.puromarketing.com/88/22775/como-generacion-diferencia-millennials.html>

11. De Wulf, M. (2011). Citar un sitio web - Cite This For Me. Populationpyramid.net. Visto el 19 Marzo 2017, desde <http://www.populationpyramid.net/>
12. Semana (2014). Cerca de 781 millones de adultos no saben leer ni escribir y dos tercios de ellos son mujeres, señala un informe de la Unesco. Semana.com. Visto el 26 Marzo 2017, desde <http://www.semana.com/mundo/articulo/cifras-de-analfabetismo-en-el-mundo/402561-3>
13. UNICEF (2012) Escuelas de África | UNICEF. Unicef.es. Visto el 31 Marzo 2017, desde <https://www.unicef.es/colabora/empresas/multiplica/escuelas-para-africa>
14. X. Company. (2016). Proyecto Loon. X.company. Visto el 1 Abril 2017, desde [https://x.company/intl/es-419\\_es/loon/](https://x.company/intl/es-419_es/loon/)
15. Carra, A. (2017). David Calle, el profesor «youtuber», se cuela entre los diez finalistas al «Premio Nobel de Educación». abc. Visto el 7 Abril 2017, desde [http://www.abc.es/sociedad/abci-david-calle-profesor-youtuber-cuela-entre-diez-finalistas-premio-nobel-educacion-201702220106\\_noticia.html](http://www.abc.es/sociedad/abci-david-calle-profesor-youtuber-cuela-entre-diez-finalistas-premio-nobel-educacion-201702220106_noticia.html)
16. Mazo, E. (2017). Así son las 100 empresas más valiosas del mundo. Expansión.com. Visto el 18 Abril 2017, desde <http://www.expansion.com/economia/2017/03/04/58b9c02be2704e7a568b45d7.html>
17. García, M. (2015). Google se llamará Alphabet y así es su nueva estructura y nuevo logotipo. Brandemia.org. Visto el 20 Abril 2017, desde <http://www.brandemia.org/google-se-llamara-alphabet-y-asi-es-su-nueva-estructura-y-nuevo-logotipo>