

EdTech en Estados Unidos

A. CIFRAS CLAVE

El sector de la tecnología educativa, comúnmente conocido como *EdTech*, ha cobrado mucho protagonismo en los últimos años, empujado por el crecimiento general de la inversión en educación y la apuesta por las herramientas digitales y nuevas formas de aprendizaje y de comercialización de la enseñanza.

Los productos y empresas del sector *EdTech* son muy variados. Por tecnología educativa (*EdTech*) se entiende toda clase de desarrollo tecnológico o digital aplicado a la educación, desde soluciones que facilitan la educación *blended* o aprendizaje combinado, hasta plataformas de ludificación que ofrecen contenido académico a través de videojuegos. Dentro de su diversidad, el gran número de iniciativas y potencial del mercado lo convierten en un sector de actualidad.

Mercado mundial y estadounidense de <i>EdTech</i>	Datos 2022
Tamaño del mercado mundial	123.400 MUSD ¹
Tasa de crecimiento anual compuesta	13,6 % ²
Participación de Estados Unidos en el mercado mundial	58.100 MUSD (2021) ³
Gasto en educación en Estados Unidos	1,28 billones USD ⁴
Inversión en <i>startups EdTech</i> en Estados Unidos	35.000 MSUD ⁵
Tasa de crecimiento de la inversión en <i>startups de EdTech</i> a nivel mundial	-49 % ⁶

¹ <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/education-technology-market>

² Esperada entre 2023 y 2030 <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/education-technology-market>

³ <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/education-technology-market>

⁴ National Center for Education Statistics (NCES).

⁵ *EdTech Funding Report 2022*.

⁶ <https://www.holoniq.com/notes/2022-edtech-vc-funding-totals-10-6b-down-from-20-8b-in-2021>

B. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

B.1. Definición precisa del sector estudiado

En la presente nota, los términos “tecnología educativa” o *EdTech* se usarán indistintamente para referirse a las innovaciones digitales o tecnológicas que tengan por objeto mejorar los procesos de enseñanza o de aprendizaje en cualquier nivel de la educación o ser usados en el ámbito de los servicios educativos.

El sector *EdTech* empezó a tomar nombre propio hace más de quince años, con la aplicación de avances tecnológicos digitales a la educación y tras el éxito de los MOOC (*Massive Open Online Course*). Estas soluciones *online* crearon un nuevo subsector complementario a la educación tradicional; a fin de proporcionar un entorno de aprendizaje más rico de lo que las herramientas tradicionales permitirían⁷. En este nuevo subsector, el de la educación a distancia, la innovación es vital y se suele fundamentar en una plataforma web desde la que se imparten los contenidos educativos. Además, dentro del subsector, se ha creado un nuevo modelo de negocio, a través del cual numerosas instituciones, normalmente universidades, entregan certificaciones al finalizar estos cursos, lo que hace que el prestigio de quien certifica tenga un papel crítico para los clientes.

Por otro lado, desde el sector de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), se empezaron a desarrollar y aplicar de forma relevante múltiples formas de *software*, *hardware*, y contenidos aplicados a la educación tradicional; desde programas informáticos o *apps* (*software*), hasta libros y dispositivos electrónicos tales como pizarras, proyectores o tabletas digitales (*hardware*).

Además, dentro del sector *EdTech*, los servicios tienen un peso creciente respecto a los soportes físicos, o *hardware*. Cada vez son más las empresas que ofrecen sus servicios de tecnología educativa a nivel *software* o aplicación móvil y buscan soporte físico en otras empresas especializadas en *hardware*. Así, el mercado tiende a modelos de negocio como el Software as a Service (SaaS) o el Software On-Demand, donde el soporte físico desaparece y el proveedor tan sólo factura el servicio. Finalmente, dentro de la oferta de productos *EdTech* se incluyen todo tipo de tecnologías disruptivas, como el Internet de las cosas (IoT), la inteligencia artificial (AI), la realidad aumentada (AR) y la realidad virtual (VR).

B.2. Tamaño del mercado

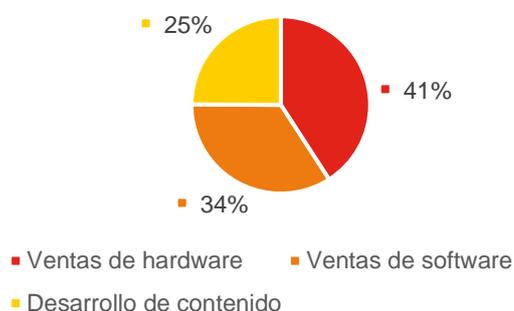
La educación y los servicios relacionados forman parte de un gran mercado en expansión, que va a crecer en gran medida en los próximos años. Así, se calcula que el mercado educativo mundial generará más de 7,3 billones de dólares en 2025. Ese mismo año, y debido principalmente al gran número de iniciativas de *EdTech* que se están dando actualmente, se estima que la tecnología educativa y el gasto digital representen un 15 % del total invertido en educación, con una tasa de crecimiento anual compuesta del 24,6 %⁸. En 2022, el tamaño del mercado mundial de la tecnología educativa se valoró en 123.400 MUSD y se espera que registre una tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) del 13,6 % de 2023 hasta 2030⁹. Así, según el *Informe de perspectivas globales de educación 2022* de HolonIQ, se estima que este sector genere 348.410 MUSD en 2030.

El mercado de *EdTech* se divide en tres fuentes principales de ingresos: ventas de *hardware*, ventas de *software* y desarrollo de contenido. Según el *Informe sobre el mercado de la tecnología educativa* de Grand View Research, en el gráfico se representa cómo se dividen las ganancias generadas en 2022:

⁷ <https://www.mcgill.ca/maut/news-current-affairs/moocs/history>

⁸ HolonIQ: 2022 Global Education Outlook: <https://www.holoniq.com/notes/2022-global-education-outlook>

⁹ <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/education-technology-market>

FUENTES DE INGRESOS EN EL MERCADO EDTECH


Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Grand View Research.

Las ventas de *hardware* representan la mayor parte del mercado (41 %) debido a la gran adopción de aulas digitales en la industria de la educación. Las ventas de *software* representan la segunda mayor partida (34 %) por la creciente demanda de aprendizaje personalizado y el uso de dispositivos móviles en la educación. Y, finalmente, el desarrollo de contenido (25 %), cuyo proceso es laborioso y de coste alto. Aquí se incluyen libros de texto electrónicos y otros materiales didácticos.

Además, Estados Unidos tiene la mayor participación en el mercado global de *EdTech*, con una cuota de mercado del 36,64 % en 2022¹⁰. Esto se debe a una serie de factores, como un sistema educativo grande y desarrollado, una economía sólida y un elevado nivel de inversión en tecnología. Se espera que el mercado de *EdTech* en Estados Unidos continúe creciendo en los próximos años, impulsado por la creciente demanda de aprendizaje personalizado, el aumento del uso de dispositivos móviles en la educación y la creciente necesidad de desarrollo profesional para los docentes. Los principales países que participan en este mercado son:

CUOTA DEL MERCADO GLOBAL DE EDTECH POR PAÍSES

País	Cuota de mercado
Estados Unidos	36,64 %
China	12,89 %
Reino Unido	8,03 %
Alemania	6,47 %
India	5,72 %

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Grand View Research.

En 2022 el gasto en educación en EE. UU. fue el 5,6 % del PIB, lo que equivale a 1,28 billones de dólares¹¹. Un monto muy importante, pero inferior a la media de la OCDE, que es del 6,3 % del PIB¹². En cuanto a la inversión pública de EE. UU. en *EdTech*, el importe total es difícil de calcular, pero no es aventurado decir que asciende a miles de millones de dólares. Se espera que esta inversión aumente en los próximos años, a medida que el mercado *EdTech* siga creciendo.

B.3. Principales actores

En este sector, la oferta está conformada tanto por grandes empresas ya establecidas como grandes empresas tecnológicas que quieren adentrarse en el mismo, además de multitud de pequeñas empresas y *startups* centradas específicamente en *EdTech*. Geográficamente, destacan numerosos *hubs* regionales en Estados Unidos, como **Silicon Valley** (Khan Academy, Udacity y Coursera), **Nueva York** (Knewton, Chegg y Duolingo), **Boston**

¹⁰ <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/education-technology-market>

¹¹ <https://datos.bancomundial.org/indicador/SE.XPD.TOTL.GD.ZS>

¹² Government expenditure on education, total (% of GDP): <https://data.worldbank.org/indicador/SE.XPD.TOTL.GD.ZS>



(Blackboard, Instructure y Edmodo), **Austin** (Knewton, Schoology y Grovo) y **Raleigh-Durham** (Pearson, SAS y EverFi).

En *hardware*, las principales empresas *EdTech* son **Google, Apple, Microsoft, Pearson** y **Cangage Learning**, que ofrecen una amplia gama de dispositivos y servicios educativos. En *software*, las principales empresas *EdTech* son **Duolingo, Khan Academy, ClassDojo, Blackboard** y **Canvas**, que ofrecen soluciones para el aprendizaje en línea, la gestión del aula y el aprendizaje personalizado.

Así, destacan las grandes empresas multinacionales tecnológicas, que están invirtiendo importantes recursos en este sector, como **Google** (Google Workspace, Chromebooks y Google Classroom) y **Microsoft** (Microsoft Teams, Microsoft 365 Education y Minecraft Education Edition). En cuanto a las pequeñas empresas o *startups*, encuentran grandes oportunidades en este mercado ya que aún no está saturado y hay espacio en nichos muy concretos, además de ser un sector muy atractivo para los inversores, principalmente bajo la fórmula de capital riesgo.

C. LA OFERTA ESPAÑOLA

Las empresas españolas que lideran el sector *EdTech* en nuestro país y que tienen presencia, alguna de ellas significativa, en el mercado de EE. UU. son¹³: **AulaPlaneta**, que ofrece contenidos y servicios digitales para escuelas, cuenta con 25 millones de usuarios en más de 100 países y tiene oficinas en Miami y Nueva York, **Smartick**, que utiliza inteligencia artificial para adaptarse a las necesidades individuales de aprendizaje de cada niño y ofrece aprendizaje personalizado de matemáticas para niños de 4 a 14 años (más de 1 millón de usuarios en EE.UU.); **Tusclasesparticulares**, un *marketplace* que pone en contacto a estudiantes con profesores particulares, permite a los estudiantes encontrar tutores de diversas materias y a distintos precios (más de 500.000 usuarios en EE.UU.); **Genially**, plataforma de creación de contenidos interactivos para educación que permite crear presentaciones, infografías y otros contenidos interactivos para educación; **DIMT Lazarus**, empresa de formación *online* que ofrece cursos de programación, diseño y *marketing*; **Slidesgo by Freepik** es una biblioteca de plantillas de presentaciones para educación; **Edpuzzle** es una plataforma que permite crear vídeos educativos interactivos con preguntas, pruebas y otros elementos; **Class in the Box**, plataforma de educación virtual que ofrece cursos y certificaciones de educación virtual para estudiantes y profesionales.

D. OPORTUNIDADES DEL MERCADO

D.1. Demanda

Los clientes de estos productos son tanto individuos como empresas u organizaciones (colegios, universidades, distritos escolares), y sus usuarios pueden representar todos los papeles posibles, desde estudiantes a profesores, pasando por gestores y administradores, ya que el sector no se restringe a tecnología para la enseñanza, sino para todo el sector de la educación. Los clientes que demandan estos productos como usuarios pueden ser tanto estudiantes como profesionales en activo o en formación, aunque se puede abarcar toda clase de intereses y objetivos. También entidades como los centros de educación tradicional, sistemas de formación continuada (como es el caso de la medicina) o formación dentro de las empresas, van a poder actuar como clientes finales de *EdTech* si demandan los productos/servicios para ellos mismos. Si lo hacen para sus alumnos o trabajadores, estos serían los clientes finales y las entidades actuarían como prescriptores.

Con respecto a los centros educativos tradicionales, se pueden encontrar tanto colegios (privados, públicos y *charter*) como universidades (privadas y públicas o *state universities*). Estas instituciones destacan por su gran capacidad de agregar demanda, gracias a su gran volumen de estudiantes y a su gran capacidad de compra. Cabe destacar que, para la educación primaria y secundaria, englobada bajo el paraguas de K-12 (*kindergarten* hasta *12th grade*), no existe en Estados Unidos un sistema nacional de educación. El Gobierno federal no administra escuelas. Cada uno de los 50 estados tiene su propio Departamento de Educación, el cual establece las reglas para los colegios de ese estado. Los colegios públicos reciben fondos del estado en el que se ubican.

Dentro de la autonomía organizativa de cada estado, el principal agente sectorial de la enseñanza pública son los llamados **Distritos Escolares**, las agrupaciones locales que centralizan la dirección y administración de los distintos

¹³ The EdTech Review <https://educationalliancefinland.com/news/list-edtech-product-review-sites-catalogs>



centros educativos de una comunidad. Estos distritos cuentan con gran autonomía y son la institución capital en el proceso de compras de bienes y servicios. A la cabeza de cada uno de los distritos se halla la figura del superintendente. A su vez, los centros privados concertados (*Charter Schools*) pasan a estar supervisados por el estado, si bien mantienen cierta autonomía de los distritos, en particular, en lo que se refiere a su política de compras.

Con respecto a la **educación privada**, esta goza de gran libertad y autonomía en todos los estados, estando en muchos casos al margen de las regulaciones que afectan a la escuela pública, y es gestionada de manera totalmente autónoma. Además, su elevado presupuesto, así como la necesidad de diferenciarse del resto de competidores para atraer clientes, hace que sean **el cliente potencial más importante para el sector**.

También existen otros clientes potenciales, que incluyen (pero no se limitan) a la educación preescolar (pre-K), el autoaprendizaje y la formación profesional/de idiomas. Por otro lado, también hay que tener en cuenta a los organismos multilaterales como el Grupo del Banco Mundial (BM), con sede en Washington, ya que trabajan en asociación con gobiernos y organizaciones de todo el mundo para apoyar proyectos innovadores, actividades de investigación e intercambio de conocimientos sobre el uso eficaz y adecuado de las TIC en educación, y así fortalecer el aprendizaje y contribuir a la reducción de la pobreza en todo el mundo.

El apoyo del Banco Mundial en *EdTech* incluye financiación vía ventanilla pública para proyectos de suministro de equipos e instalaciones y la creación de contenidos educativos, el fomento del aprendizaje a distancia y la alfabetización digital. Asimismo, se debe resaltar también la actividad llevada a cabo por la Corporación Financiera Internacional (CFI) —entidad del Grupo Banco Mundial—, que centra su actividad y capacidades financieras y técnicas en la promoción del sector privado en los países en desarrollo. La CFI ha estado activa en el sector *EdTech* desde 2013, y ha invertido en más de 40 empresas *EdTech* en más de 20 países, como Coursera (2013) y Learn Capital Venture Partners III (fondo de capital riesgo que invierte exclusivamente en el ámbito *EdTech*, en 2015). En cuanto a proyectos más recientes, destaca el **EdTech Hub**, una iniciativa para unificar la evidencia existente, realizar nuevas investigaciones, respaldar innovaciones y brindar apoyo asesor a gobiernos y otros socios en el país en relación con el uso de tecnologías educativas.¹⁴

D.2. Inversión

Este sector sigue atrayendo la atención no sólo de los inversores especializados, sino también de los generalistas. Dentro de los atractivos del mercado de Estados Unidos se encuentran los fondos de inversión y las aceleradoras de *startups*. Cada subsector de *EdTech* (educación K-12 y superior) funciona como una categoría única dentro del mercado de la tecnología educativa, y tiene diferentes usuarios finales, compradores y formas de financiación.

Además, la educación es un sector de “impacto” y atrae a los inversores institucionales que quieren aumentar sus inversiones en este tipo de sectores. Otra parte importante del mercado de la tecnología educativa son las empresas que cotizan en bolsa. En 2023¹⁵ hay 40 empresas *EdTech* que cotizan en bolsa en EE. UU. con una capitalización bursátil de 23.800 MUSD. El *top 10* del país incluye: **2U, Chegg, Duolingo, K12, Renaissance Learning, Promethean World, Viant Technology, EverFi, Skillsoft y Stride**.

Según HolonIQ, la inversión privada mundial en *EdTech* en 2022 ascendió a 10.600 MUSD, un 49 % menos que el máximo histórico de 20.800 MUSD alcanzado en 2021. Este descenso se debió a una serie de factores, como la desaceleración económica mundial, la guerra en Ucrania y el aumento de los tipos de interés. Sin embargo, todavía hubo algunos datos significativos en el panorama de la inversión *EdTech* en 2022. Por ejemplo, el segmento K-12 experimentó un aumento significativo de la inversión, ya que los inversores trataron de capitalizar la creciente demanda de aprendizaje en línea. Estos son algunos de los principales acuerdos de financiación en *EdTech* en 2022: ClassDojo recaudó 120 MUSD en financiación de serie D, Coursera recaudó 185 MUSD en financiación de serie G, Kahoot recaudó 510 MUSD en financiación de serie E, MasterClass recaudó 750 MUSD en financiación de serie F, Skooli recaudó 35 MUSD en una financiación de serie B.

¹⁴ <https://www.worldbank.org/en/topic/edutech/brief/education-and-technology-publications#:~:text=In%20partnership%20with%20the%20UK,to%20the%20uses%20of%20educational>

¹⁵ <https://www.crunchbase.com/>

Es difícil pronosticar qué depara el futuro a la inversión de capital riesgo en *EdTech*. Sin embargo, el sector sigue creciendo y hay muchas oportunidades para la innovación. Los factores que tener en cuenta son: el ritmo de la recuperación económica, el resultado de la guerra en Ucrania, la evolución de los tipos de interés, el crecimiento continuo del aprendizaje en línea y el desarrollo de nuevas tendencias *EdTech*. Los fondos de inversión especializados más importantes en Estados Unidos son: **Learn Capital**, **NewSchools Venture Fund**, **Rethink Education**, **GSV Capital** y **Accel Partners**.

Por otro lado, las aceleradoras más importantes en el mercado estadounidense para las empresas de tecnología educativa en fase inicial son¹⁶: **Imagine K12**, un programa acelerador de tres meses para empresas de tecnología educativa K-12 en fase inicial; **AT&T Aspire Accelerator**, un programa acelerador de seis meses para empresas de tecnología educativa en fase inicial centradas en el uso de la tecnología para mejorar los resultados de los estudiantes; **xEdu**, un programa acelerador de cuatro meses para empresas de tecnología educativa en fase inicial que se centran en el uso de la tecnología para mejorar la eficiencia y la eficacia de la educación; **Emerge Education**, un programa de aceleración de cuatro meses para empresas de tecnología educativa en fase inicial que se centran en el uso de la tecnología para mejorar la calidad de la educación; **NewSchools Venture Fund**, una empresa de capital riesgo que invierte en empresas de educación primaria y secundaria.

D.3. Perspectivas del sector

El sector *EdTech* de Estados Unidos está en constante crecimiento, impulsado por una serie de tendencias clave, entre las que se incluyen: **la creciente competencia en la enseñanza superior**, que está llevando a las instituciones a invertir en tecnología y soluciones *EdTech* para atraer y retener estudiantes; **la adopción de los dispositivos móviles por parte de los estudiantes**, que están utilizándolos para acceder a la educación en cualquier momento y lugar; **la innovación en modelos de aprendizaje personalizados y mixtos**, que ofrecen a los estudiantes un aprendizaje más adaptable y eficaz; **la inversión en *EdTech*, que pese a haberse ralentizado en 2022**, es difícil imaginar una situación en la que la inversión en empresas emergentes de educación y tecnología educativa se agote por completo. Después de todo, la educación es un mercado global de varios billones de dólares que se prevé que crecerá a un ritmo constante.

E. CLAVES DE ACCESO AL MERCADO

E.1. Distribución

La práctica habitual en este subsector, tanto en *hardware*, *software* como contenidos, es la venta a través de distribuidores, ya que los clientes potenciales suelen comprar directamente a través de un distribuidor, que aglutina la demanda. La venta directa es muy compleja y requiere una fuerte inversión inicial, difícil de afrontar sobre todo en los comienzos cuando la empresa no tiene una cuota de mercado considerable. En cuanto a la educación tradicional, utilizar una combinación de canales indirectos, para pasar posteriormente a la venta directa es una estrategia habitual en el sector. No obstante, los modelos de venta indirecta están cambiando: los modelos establecidos, como revendedores, distribuidores y representantes independientes, están evolucionando y están surgiendo nuevos modelos que incluyen el trabajo con socios. Así, cabe destacar el papel cada vez más importante de socios por el lado de la demanda: agencias de servicios educativos (ESA), centros de innovación de pruebas a corto plazo (*i-Hubs*), mercados de proveedores (*Vendor marketplaces*), plataformas o *sites* de revisión de productos.

Habitualmente, las ventas en este sector se basaban en relaciones personales a largo plazo. Pero, actualmente, esta tendencia está variando, los responsables de la toma de decisiones en el ámbito de la educación cambian de trabajo con más frecuencia. Además, el proceso de publicación de solicitudes de propuestas y la necesidad de una toma de decisiones transparente y basada en evidencias, exige centrarse más en los resultados del producto o servicio para la enseñanza y menos en las relaciones para impulsar las ventas, aunque las relaciones personales siguen desempeñando un papel fundamental. Para la venta directa, la aproximación en cada uno de los estados ha de ser diferente, y se debe tener en cuenta, si se quiere distribuir el producto sin intermediarios, que por norma general la empresa debe estar registrada como vendedor en el listado de cada uno de los distritos/ciudades.

¹⁶ <https://thepienews.com/?s=edtech+accelerator>

E.2. Barreras y otros requisitos

En este sector existen algunas barreras de acceso al mercado a pesar de que el mercado esté en gran crecimiento, ofrezca grandes oportunidades de financiación y no esté saturado. La competencia es feroz, sobre todo entre *startups*, debido también a su grado de crecimiento y a las expectativas. Además, las universidades, a pesar de ser posibles clientes, también pueden actuar como competidores, desarrollando sus propias herramientas de *EdTech*, aprovechando su gran ventaja con respecto a sus competidores como aglutinadores de demanda.

Asimismo, el tamaño del mercado estadounidense y su complejidad puede ser otro hándicap a la hora de abordarlo. De hecho, lo habitual es hacerlo por estados o zonas geográficas, como si cada uno de ellos fuera un mercado independiente. Por último, está la dispersión de la oferta, ya que al ser tan variada, la diferenciación se convierte en clave para poder entrar en el mercado. Bien sea con una buena imagen de marca, con la calidad del producto, con un servicio diferenciado o con el precio.

E.3. Ayudas

El departamento de educación de EE. UU. cuenta con varios programas de apoyo al sector *EdTech*, como el Fondo de Inversión en Innovación (i3), el Acelerador *EdTech* y el Fondo de Interoperabilidad *EdTech*. El departamento de educación también concede subvenciones a estados y distritos para apoyar el uso de *EdTech*. La National Science Foundation (NSF) también apoya la I+D en *EdTech*. La Agencia Federal de Pequeños Negocios de Estados Unidos (SBA, por sus siglas en inglés) concede préstamos y otras ayudas financieras a las nuevas empresas de *EdTech*¹⁷. También hay una serie de programas estatales y locales que apoyan el sector. El importe total de la inversión pública en *EdTech* es difícil de calcular, pero probablemente ascienda a miles de millones de dólares. Se espera que esta inversión aumente en los próximos años, a medida que el mercado *EdTech* siga creciendo. Destacan: **Fondo i3**, el **EdTech Accelerator** y el **Fondo de Interoperabilidad EdTech**.

E.4. Ferias y asociaciones profesionales

Las **conferencias anuales más importantes** sobre tecnología educativa en Estados Unidos son ISTE Live, ASU/GSV y SXSWedu.

- **ISTE Live** (<https://conference.iste.org/2023>): es la conferencia anual de la International Society for Technology in Education (ISTE). Es uno de los eventos educativos más grandes del mundo y el más grande de EE. UU., reúne a más de 15.000 educadores, líderes educativos, expertos en tecnología y proveedores de tecnología de todo el mundo. ISTE Live ofrece una variedad de oportunidades de aprendizaje, incluyendo talleres, ponencias, sesiones de demostración y sesiones de *networking*. También cuenta con una gran expo comercial donde los asistentes pueden explorar las últimas soluciones de tecnología educativa. >[Informe ICEX](#).
- **ASU/GSV** (www.asugsvsummit.com): se celebra en marzo-mayo y cambia de ciudad cada año. La conferencia anual ofrece una visión de la industria de la tecnología educativa, con una investigación innovadora, perspectivas cuantitativas y previsiones informadas integradas en cada debate.
- **SXSWedu** (<https://www.sxswedu.com>): forma parte de un evento más amplio: South by Southwest (SXSW), que se celebra cada marzo en Austin (Texas). SXSWedu es un evento anual que fomenta la innovación y el aprendizaje en la industria de la educación. Esta feria reúne al alumno, al profesional, al emprendedor y al visionario para que compartan sus historias innovadoras y aborden cuestiones complejas. >[Informe ICEX](#).

Además, cabe destacar las **asociaciones profesionales** más importantes relacionadas con el sector *EdTech*: **ISTE** (www.iste.org), **ITC** (www.itcnetwork.org) y **AECT** (www.aect.org).

¹⁷ Las mejores oportunidades de financiación de *EdTech* <https://fastercapital.com/es/contenido/Las-mejores-oportunidades-de-financiacion-de-Edtech.html>

F. CONTACTO

La **Oficina Económica y Comercial de España en Miami** está especializada en ayudar a la internacionalización de la economía española y la asistencia a empresas y emprendedores en **Estados Unidos**.

Entre otros, ofrece una serie de **Servicios Personalizados** de consultoría internacional con los que facilitar a dichas empresas: el acceso al mercado de Estados Unidos, la búsqueda de posibles socios comerciales (clientes, importadores/distribuidores, proveedores), la organización de agendas de negocios en destino, y estudios de mercado ajustados a las necesidades de la empresa. Para cualquier información adicional sobre este sector contacte con:

2655 Le Jeune Road, Suite 1114 - Coral Gables
Miami 33134 Estados Unidos
Teléfono: +1 (305) 446 4387
Email: miami@comercio.mineco.es
<http://estadosunidos.oficinascomerciales.es>

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h) 97 100 9 a 17 h
informacion@icex.es

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

INFORMACIÓN LEGAL: Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

AUTORA
Ana Sánchez Sánchez

Oficina Económica y Comercial
de España en Miami
miami@comercio.mineco.es
Fecha: 15/12/2023

NIPO: 114-23-013-7

www.icex.es



FICHAS SECTOR ESTADOS UNIDOS



ICEX España
Exportación
e Inversiones