



FACULTAD DE NEGOCIOS

CARRERA DE **ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**“EDTECH STARTUPS: DETERMINANDO LOS  
FACTORES INVOLUCRADOS EN SU  
INTERNACIONALIZACIÓN”**

Tesis para optar al título profesional de:

**Licenciada en Administración y Negocios Internacionales**

Forma: Artículo científico

**Autor:**

Keila Dannixa Malca Ramirez

**Asesor:**

Mg. Franklin Cordova Buiza

<https://orcid.org/0000-0002-7623-7472>

Lima - Perú

**2024**

**JURADO EVALUADOR**

Jurado 1	<b>Elka Panduro Alvarado</b>
Presidente(A)	Nombre Y Apellidos

Jurado 2	<b>Gustavo Isaac Barrantes Morales</b>
	Nombre Y Apellidos

Jurado 3	<b>Franklin Cordova Buiza</b>
	Nombre Y Apellidos

## INFORME DE SIMILITUD

### 19% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

#### Filtrado desde el informe

- ▶ Bibliografía
- ▶ Coincidencias menores (menos de 10 palabras)

#### Fuentes principales

- 17%  Fuentes de Internet
- 0%  Publicaciones
- 6%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

#### Marcas de integridad

##### N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo está dedicado a mis padres, ya que ellos siempre han estado apoyándome, alentándome durante este proceso para realizar de manera satisfactoria este artículo, asimismo a mi asesor Franklin quién siempre estuvo siempre presente para mitigar las observaciones dadas en el transcurso y confiar en el valor de este artículo.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios, a mis padres y a mis profesores, por siempre alentarme a dar lo mejor de mí y seguir progresando tanto en el ámbito profesional y personal, agradezco su apoyo y comprensión.

## TABLA DE CONTENIDO

JURADO EVALUADOR	2
INFORME DE SIMILITUD	3
DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTO	5
TABLA DE CONTENIDO	6
RESUMEN	7
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	8
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	13
CAPÍTULO III: RESULTADOS	14
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	19
REFERENCIAS	23

## RESUMEN

En los últimos 10 años, la conectividad del ser humano junto a la tecnología se ha hecho evidente en todo el mundo, estamos en tiempos de alto uso de la tecnología en la vida cotidiana, como lo demuestra el uso de un Uber hasta estudiar una clase en línea con colegas de otros países. Asimismo, contribuye al éxito general de la empresa, tanto en eficiencia, rentabilidad y competitividad en el mercado actual. La tecnología ha llevado al crecimiento la educación en Perú durante la pandemia de Covid-19, lo que ha permitido a los empresarios tener mayor visibilidad creando emprendimientos en el sector educativo con la visión de llegar al mercado extranjero. Estos emprendimientos son conocidos como las edtech startups, en este contexto, la presente investigación tiene como objetivo determinar los principales factores involucrados en la internacionalización de los startups. Ante ello, se utilizó el enfoque cualitativo con un diseño transversal basado en entrevistas a profundidad con expertos y fundadores de este ecosistema, más una historia de éxito de dos startups comentada por grupo de fundadores. A través de la innovación, se aplican estrategias en los procesos de puesta en marcha para retener al consumidor y obtener un alto reconocimiento; el networking ayuda a tener contactos en todos los países objetivo, fácil acceso en el mercado seleccionado y el financiamiento permite la sustentabilidad en el mercado. Se concluye que estos factores cooperan en el ecosistema emprendedor logrando un modelo de negocio enfocado en mejorar la educación y escalable al mercado internacional.

**PALABRAS CLAVES:** Entrepreneurship, Global Business, Exponential Growth, Peru, Startups, Edtech.

## CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

La presente investigación se centra en emprendimientos educativos donde la tecnología es el pilar de su desarrollo, estos emprendimientos se denominan startups. “Un startup busca ser un modelo de negocio rentable y escalable de una manera más rápida y fácil” (Blank & Dorf, 2012, p. 17), a través de la aplicación sistemática del conocimiento técnico y, operan en sectores de alta tecnología que muestran un comportamiento innovador (Marin-Bello, 2019).

Según un artículo publicado por Harvard Business Review, escrito por Michael Fertik, creador de la start-up reputation.com, todo el mundo se está convirtiendo rápidamente en un mercado único, donde el dinero es el lenguaje universal que une a la sociedad y donde se ha convertido en tan fácil beneficiarse de los servicios internacionales como de los clientes locales (Fertik, 2013).

Asimismo, hay varias definiciones del término "start-up". Según Steve Blank (conocido como el maestro de la innovación de Silicon Valley), una start-up es una organización temporal diseñada para perseguir un modelo de negocio repetible y escalable. (Fertik, 2013) También se sabe que los fundadores de una start-up se llaman emprendedores (Blank, 2010).

Por otro lado, en el último informe elaborado por el Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2017), Perú ha obtenido 0,37 puntos en el índice de emprendimiento, ubicándose en el quinto lugar a nivel mundial, y en América Latina como el número uno. Con una tasa de desempleo anual promedio del 7%. El emprendimiento en el Perú siempre ha estado presente, en sus inicios, como respuesta a las adversidades del entorno económico del país, pero con el tiempo, desarrolló las habilidades y la confianza en los peruanos para asumir riesgos y emprender nuevos negocios.

En cuanto al sector educativo, solo 6 startups peruanas han sido clasificadas en Latinoamérica. La startup Crehana, que ha llegado a más de 3.5 millones de estudiantes en más de 25 países del mundo, Fratal up, fue una de las cinco finalistas en la categoría Big Data en 2014, consiste en la creación de un asistente virtual para generar rutas de aprendizaje personalizadas en

la web y de forma gratuita, luego, Laboratoria, con presencia en México, Chile y Perú, Simcase es una plataforma de educación virtual que busca mejorar la calidad de vida de los niños y jóvenes peruanos, Sofía es un asistente virtual que brinda información sobre temas tributarios y aduaneros de una manera rápida y fácil, También está la plataforma Tannder que ayuda a crear experiencias didácticas y de aprendizaje virtual, diseños y aprendizaje significativo ofrece servicios de tutoría para la formación continua del profesorado , y por último está Code, que promueve la programación de la educación mediante la oferta de cursos interactivos. (Ministerio de la Producción [PRODUCE], s.f; El banco de desarrollo del Perú [COFIDE], 2021; Asociación peruana de capital semilla y emprendedor [PECAP], 2022).

Las Edtech se han desarrollado progresivamente en el Perú y crecen de manera constante gracias a las oportunidades de inversión que ofrece el gobierno y al alto nivel de emprendimiento que ofrece cada socio que quiere llevar su idea de emprendimiento al mercado local y global (Oliva et al., 2022)

El proceso de internacionalización cuenta con varias perspectivas de desarrollo que han sido discutidas por diferentes autores, este estudio se agrupa en tres tipos de perspectiva: económica, gradual y nacida global. Cuanto más rápido se globalice un startup, mayor será su capacidad para explotar las oportunidades de crecimiento desde una perspectiva global (Crick & Spence, 2005). Para ello, es importante conocer los factores que intervienen en el desarrollo de la internacionalización de un edtech startup.

El objetivo general es determinar los factores más relevantes, como la innovación, el networking y la financiación, que intervienen en el desarrollo de la internacionalización de un edtech startup.

A lo largo del ciclo de vida de un startup, hay 4 fases importantes involucradas en el desarrollo de un emprendimiento tecnológico, comenzando en la primera fase, llamada fase inicial, en la que

se forma el producto o servicio, y se analiza un startup. En la figura 1 el autor Blank y Dorf (2012) presenta otras etapas del desarrollo de startups como la creación de nuevas empresas que requieren formas adecuadas de financiamiento.

En la gestación y la creación, el capital de inversión inicial es esencial. En la fase de expansión, los inversores ángeles y el capital de riesgo actúan como puentes antes de que las empresas exitosas puedan acceder a los mercados de capital (Madsen y Servais, 2017), así, este ecosistema tiende a optar por nuevas estrategias que contribuyan con alta innovación y tecnología avanzada para sustentarse en el mercado objetivo (Allison y Browning, 2006).

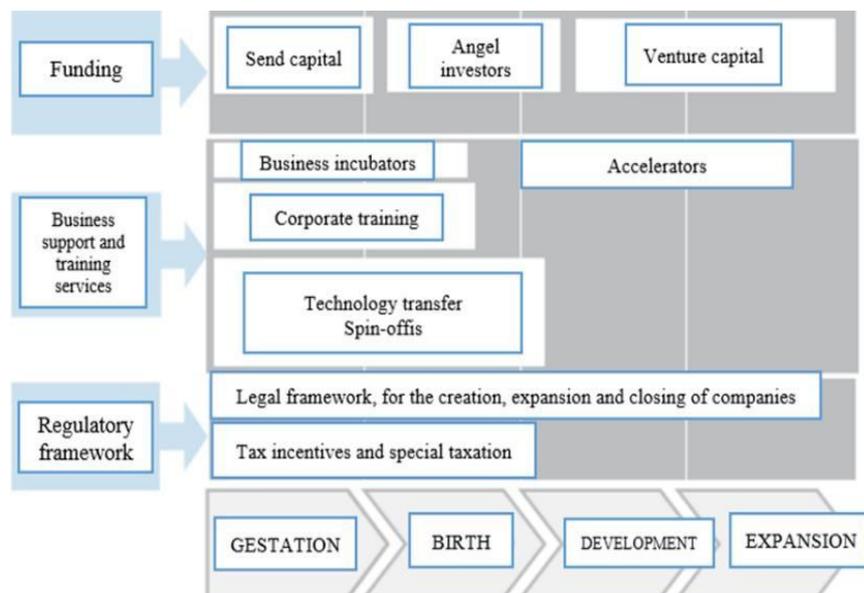


Figure 1: Stages of startup development

La internacionalización es el proceso de globalización de una empresa, es decir, cuando una empresa proyecta sus actividades fuera de su país de origen. Esto se hace con el propósito de obtener una mayor rentabilidad y crear valor. De acuerdo con Canals (1994), los objetivos de internacionalizar una empresa son tres: Apertura de nuevos mercados, minimización de los costes de producción y mantenimiento de un proceso de producción y distribución eficiente. La internacionalización se considera un proceso por el cual las empresas aumentan su participación

internacional (Johanson,1997). Es uno de los pilares del futuro que es responsable de contribuir al crecimiento de un startup, la generación de valor y el desarrollo económico de un país.

La internacionalización es el conjunto de operaciones que generan relaciones estables entre una empresa y el mercado internacional a través de un proceso que requiere mayor compromiso y perspectiva internacional (Welch & Luostarinen, 1998). Hasta la fecha, se han sugerido varias metodologías relacionadas con la internacionalización de las empresas emergentes.

Según, Puerto (2010) presenta una investigación donde explica el proceso de internacionalización de los startups en Madrid, destacando los siguientes factores principales: financiación, innovación y red de marketing, los resultados indican que la internacionalización temprana es clave para las startups tecnológicas. Por otro lado, Santos (2014) researcher de la University of Cordoba Spain, Asimismo, se analizó un clúster industrial que contiene empresas que han logrado una presencia significativa en los mercados internacionales, y también se buscó determinar las variables clave que impulsan el éxito local y global. El método de estudio tiene un enfoque mixto, corroborando la validez del networking como uno de los principales factores de éxito para una empresa que quiere tener presencia en el extranjero.

Sekliuckiene (2019) de Kaunas University of Technology se realizó una investigación con el objetivo de analizar los factores de éxito en la etapa de puesta en marcha en empresas internacionales. Se utiliza un enfoque de investigación cualitativa en profundidad y un estudio de caso múltiple con 9 casos. El resultado contribuye a una relación entre el éxito temprano de nuevos startups, la experiencia directa en el mercado extranjero y la orientación emprendedora. El aporte de este trabajo beneficia la comprensión de los determinantes relacionados con el emprendimiento en diferentes ambientes empresariales y demuestra la existencia de una relación entre la experiencia adquirida por el emprendedor y el éxito a temprana edad emprendedora (Brouthers et al., 2016).

Dentro del conjunto, COFIDE (2021) destaca la necesidad de inversión para desarrollar proyectos de innovación y emprendimiento, donde se han invertido más de S/53 millones para apoyar la ejecución de 470 proyectos, para promover el desarrollo productivo en 23 regiones del país, entre ellas Lima, Arequipa, Junín, La Libertad y San Martín. También destaca que el Estado continúa siendo el principal motor de innovación y emprendimiento en el Perú. La lógica común de este autor apoya la prioridad de un startup en la arena global.

Por otro lado, PECAP (2022) Reporta que están promoviendo el desarrollo del ecosistema emprendedor peruano, la profundización del mercado de financiamiento y capital semilla para emprendimientos de innovación de alto impacto, La Alianza se está desarrollando a través de una alianza con CONFIDE, PECAP y su programa de emprendimiento suizo, donde tienen como prioridad aumentar el acceso al capital de riesgo para startups, así como para el desarrollo de fondos de Capital de Riesgo en Perú (COFIDE, 2021).

Los principales factores para alcanzar la escalabilidad son la innovación, clasificada como incremental o disruptiva, que varía de una empresa a otra. El incremental es el valor añadido mientras que el disruptivo incorpora mejoras en su funcionamiento (Christensen et al., 2015; Puerto, 2010). Otro factor fundamental es el networking, que está presente a lo largo del proceso de desarrollo de un startup, ya que resuelve barreras al inicio de la creación de un emprendimiento, también forma alianzas estratégicas con empresas globales que probablemente influyan en el mercado externo (Chin et al, 2016). El siguiente factor se encuentra a lo largo del proceso de expansión, varía según los ingresos de una empresa, en ella se utiliza inversión propia o inversión estatal, también depende del tipo de startup y del inversor para encontrar, ya sea privada o nacional, esta descripción mencionada corresponde al financiamiento (Fernandez, 2020 & Marin-Bello, 2019).

## CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

La investigación es cualitativa y de corte transversal, caracterizada principalmente por presentar una interpretación de los factores de internacionalización de un startup y la relación entre ellos. Para la muestra se entrevistó en profundidad a 6 fundadores peruanos de edtech, 1 experto chileno y 5 expertos peruanos del ecosistema de startups. Además, se establecieron criterios de inclusión, mínimo 4 años de experiencia en una institución pública o privada en el ecosistema de startups y representantes que se encuentran en proceso de internacionalización de su empresa.

En el presente estudio se utilizó la técnica de entrevista en profundidad, el instrumento utilizado fue la guía de preguntas abiertas y además se conservaron las opciones de calificación de respuesta. La guía fue elaborada con preguntas aplicadas a 6 fundadores de este ecosistema y preguntas generales a expertos con el fin de recabar información sobre los factores de desarrollo en la internacionalización de un startup. La guía de preguntas se dividió en dos partes; la primera parte consta de 16 preguntas a los fundadores, estas evalúan la internacionalización, analizando 3 factores (financiamiento, networking e innovación), la segunda parte tiene 4 preguntas que evalúan la intervención de los factores dentro del emprendimiento educativo según la experiencia previa de los expertos.

La validación del formulario de entrevista se realizó a través de la aprobación de 6 expertos en el tema, quienes analizaron la coherencia e importancia de cada una de las preguntas y que responden a las dimensiones de la variable en estudio. Todos estos datos se elaboraron en Excel, luego se exportaron a Power BI para una mejor visibilidad, también se utilizó APA para las tablas, a través de las cuales se obtuvieron los siguientes resultados.

### 1.1. Table 1: Grupo de entrevistados

Interviewees	Number	Features
Fundadores de startups de edtech	6	Son el CEO de la mejor edtech peruana, sus startups lograron internacionalizarse en sus primeros años de creación en América Latina y en todo el mundo.
Expertos en el ecosistema de startups	6	Son profesores y participantes con más de 4 años de experiencia en instituciones privadas y nacionales de innovación y tecnología de este ecosistema.

### **CAPÍTULO III: RESULTADOS**

En Perú, los startups educativos se desarrollan entre incubadoras y aceleradoras, detallan los entrevistados del grupo de expertos que en 2021 solo se han identificado 9 startups con crecimiento escalable. Entre ellos destaca el ganador del proyecto desafío COVID-19, Fractal up, Crehana que logró obtener una cantidad récord en operaciones de inversión por 70 millones de dólares (Fernández, 2020), gracias a esta financiación tuvo la oportunidad de escalar a más de 5 países y mejorar la innovación de su startup. Por otro lado, Fractal Up se presenta como una plataforma digital que permite localizar rápidamente videos, aplicaciones y cursos web masivos y abiertos que facilitan el estudio de estudiantes de primaria, secundaria y preuniversitarios, a través de un mapa de contenidos que satisface sus necesidades de aprendizaje (PECAP, 2022).

Los entrevistados del grupo fundador indicaron que la razón para internacionalizar su edtech dependía de la pandemia, ya que en ese momento la educación se hizo virtual, y para las empresas tecnológicas era una oportunidad. También destacaron un ejemplo de edtech Crehana, que nació siendo internacional, la empresa matriz de Crehana está en Inglaterra y los principales países de destino son Estados Unidos, México, Chile, Ecuador y Brasil.

Por otro lado, los entrevistados de los fundadores y expertos coinciden en que hay dificultades a la hora de salir al extranjero, porque consideran el idioma como la primera dificultad, también el tipo de moneda, ya que en cada país es diferente, por lo que las startups implementaron en plataformas el tipo de moneda según el país de destino, otros retos a tener en cuenta fue conocer el nivel legal de la empresa, revisar las finanzas, impuestos, contratación ya que todo es diferente al país de origen, Perú.

Este análisis cualitativo tiene como objetivo determinar los factores involucrados en la internacionalización de los edtech. Para ello, los entrevistados de ambos grupos indican que el principal factor aplicado fue el networking, gracias al contacto con clientes de cada país

seleccionado, líderes de opinión de cada país, así como las relaciones públicas y el uso de diferentes medios de comunicación.

De acuerdo a que el networking es sumamente importante en el desarrollo y escalabilidad del startup, el grupo de fundadores entrevistados indica que favorece la entrada a nuevos mercados, agregan un ejemplo del startup Netzun, quien hizo una alianza con Tondero en Perú para conectar con personas en el extranjero, esta edtech opera principalmente in Mexico, Colombia, Ecuador, Argentina.

Según el factor innovación, contamos con el grupo de fundadores entrevistados donde presentan a la innovación como un factor importante para internacionalizar una edtech, ya que, ayuda al cliente a mantener la lealtad de marca, diferenciarse de la competencia y ser reconocido en destinos globales. Este grupo de entrevistados indicó que sin innovación no hay crecimiento; en el sector tecnológico deben innovar todos los días para mantener el espíritu emprendedor y tener la visión de escalar a otros mercados. También presentan un ejemplo de Netzun, donde utilizaron innovación disruptiva, gestionando clases online, esto ha permitido bajos costos, menos tiempo y enseñanza con grandes profesionales.

En este sentido, se destaca que la innovación es un punto clave, se aplica a todas las etapas de una empresa. Otro ejemplo: detallan el edtech Crehana, que produce 10 cursos semanales, este analiza el impacto de la inversión de dinero, en qué métricas desarrolla y prueba para incrementar la participación en el sector educativo. Los entrevistados del grupo de expertos confirman que la innovación incremental se basa en un modelo de negocio previo al que han añadido valor para diferenciarse de la competencia. Mencionan a Crehana como ejemplo; ha lanzado productos desde cero con un formato totalmente nuevo y la rentabilidad generada ha sido excelente.

De acuerdo al factor de financiamiento, el grupo de expertos entrevistados agrega un ejemplo del startup Crehana, ya que recientemente planteó una serie b de financiamiento, es la

primera serie b del ecosistema de startup peruano, además se reporta que el principal financiamiento de Crehana fue liderado por General Atlantic, firma dedicada a invertir en startups cuando se encuentran en una etapa de crecimiento, donde ya han evaluado el modelo de negocio inicial.

Asimismo, en esta entrevista el grupo de fundadores del grupo informa que el financiamiento es importante en todas las etapas del startup, este factor ayuda a una edtech a lograr la internacionalización rápidamente, además determina la serie de financiamientos con mayor uso, conocida como Serie A, la cual es obtenida por fondos mexicanos como Dylan Capital y Mountain Nazca, tal como fue presentada por varios fundadores con negocios B2B.

**Table 2: Selección de mercado internacional.**

<b>Etapas</b>	<b>Características</b>
1	selección de mercado
2	tipo de consumidor
3	crecimiento de mercado
4	tipo de gobierno

De acuerdo con la Tabla 2, el grupo de fundadores entrevistados informa que antes de ingresar a un nuevo mercado analizan las principales características de su edtech, entre ellas la selección del mercado objetivo, el tipo de consumidor a visualizar a quién va dirigido su producto, el crecimiento del mercado para conocer el flujo de ingresos y ganancias que tendrían y el tipo de gobierno, estos datos coinciden con el grupo de expertos entrevistados, quienes confirman que desde la primera etapa de una startup es importante conocer el nicho de mercado internacional al que entrará su emprendimiento.

**1.2. Table 3: Number of operations and customers abroad**

Años	Operaciones en el extranjero	
1	En 1 solo país	Netzun
3	2 a 3 países	Netzun
4	Mas de 3 países	Crehana
5	Mas de 6 países	Crehana

En la tabla 3 por operaciones, presenta el startup Crehana destaca con operaciones en el extranjero en más de 5 países. La presencia de esta se encuentra en más de un país, lo que permite diversificar el riesgo de un startup y desarrollar un modelo de negocio más escalable, y obtener un mejor posicionamiento, mayor competitividad. Para ambos startups, los países clientes están más concentrados en América Latina.

En términos generales, el principal factor que ha facilitado y promovido la internacionalización es la innovación del negocio, al innovar constantemente se diferenciará de la competencia, por el tema de Networking, los emprendedores han recibido gran parte de su éxito en el extranjero gracias a asociaciones con instituciones empresariales globales, como en el caso actual de Crehana, con Nic Newman, por otro lado, Netzun ha estado recibiendo apoyo de aceleradoras e incubadoras, como Wayra y Startup Peru. Este tema es fundamental para los fundadores porque les ha permitido interactuar con mentores especializados y empresarios de otros países, abriendo la posibilidad de nuevas oportunidades de negocios y fácil acceso a los mercados extranjeros.

En cuanto a la financiación, se argumenta que es más fácil obtenerla si el negocio es escalable tanto en el mercado local como internacional, ya que es uno de los factores necesarios para cada startup, aunque no es un factor relevante que impida la internacionalización. Por ejemplo, Netzun obtuvo

financiación gracias a Angel Investors en 2018, lo que les permitió programar una plataforma de aprendizaje, como resultado, tuvieron mayores ventas.

## CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

En el marco de esta investigación, tuvimos la oportunidad de conectar con grandes autores gracias a su experiencia adquirida a lo largo de la trayectoria empresarial que nos proporcionó datos para fortalecer este estudio. En una de las entrevistas realizadas para criterios de internacionalización se encontró una nueva variable: la visión global del negocio. Bueno, esto debe ser considerado para futuras investigaciones, así como para futuros emprendedores que están empezando a conectarse en el desarrollo de una empresa emergente, ya que, es uno de los principales factores que determina que un startup pueda internacionalizarse.

Para esta futura variable tenemos el ejemplo de la edtech Crehana, donde el grupo de expertos entrevistados indica que desde el principio este startup mantuvo una visión global con el objetivo de brindar experiencia y seguridad en el momento de adquirir el servicio y a través de esto les permite construir lealtad de los consumidores. Esto coincide con los escritos de los autores Ganichev & Koshovets (2021), ya que en su investigación sobre la estructura de los mercados digitales como resultado de covid-19, también encontró que la seguridad, la experiencia y la satisfacción en las decisiones de compra y consumo son características importantes que una empresa debe proporcionar.

Por otro lado, Rocha et al. (2022) & Cordova & Paredes (2022) sostienen que las pymes suelen esforzarse por lograr la fidelización de consumidores tecnológicos y en constante cambio, estas investigaciones destacan que la fidelidad del cliente está principalmente relacionada con la comunicación adecuada y las recompensas recibidas de la empresa.

La internacionalización influye en varios sectores, el sector que ha tenido el mayor auge es el educativo. Dentro del contexto, los factores influyentes para internacionalizar una startup son la innovación, el networking y el financiamiento, que propone desarrollar la internacionalización de una manera más eficiente (Gabrielsson et al., 2008; Oliva et al., 2022).

El estudio cualitativo ha determinado los principales factores influyentes para la internacionalización de una empresa, los cuales se explican en las siguientes líneas.

En Cerqueira (2021), el networking se considera un factor fundamental, ya que sin el networking el emprendedor no puede operar localmente y mucho menos entrar en el extranjero, aunque es cierto que no garantiza el éxito, pero es la base necesaria para su ejecución. Esto coincide con lo mencionado por Debrulle & Maes (2015) ya que en su aplicación se encontró que la adecuada gestión de la red de contactos permite al equipo aprender de otras experiencias, obtener feedback y ser una fuente principal de recomendaciones.

Los Autores Amorós & Romaní (2016) determinan que el factor innovador facilita llegar de manera efectiva a los futuros clientes, al negocio, a la propia empresa y a cada área tecnológica. La innovación es el punto de partida de cualquier proyecto, mejorando los procesos para escalar a nuevos mercados, ya que proporciona la oportunidad de crecimiento. Esto coincide con lo mencionado by Moen (2022) dado que en su aplicación se encontró que la innovación se clasifica como una característica diferenciadora de una startup, debe quedar claro, si no innova el emprendimiento decae y no debe suceder cuando estén a punto de escalar a un mercado extranjero.

Blank & Dorf (2012) realizó una investigación con el propósito de establecer el proceso de internacionalización en startups en Madrid, los resultados indican que la internacionalización temprana es clave para el emprendimiento tecnológico y las principales estrategias son la financiación, la innovación y la red de marketing. El aporte de esta investigación favorece nuestra variable independiente que especifica los factores importantes para el desarrollo de la expansión en el mercado competitivo.

En este análisis hemos evaluado la influencia actual de la globalización y el comercio que han logrado la apertura de las economías locales que ahora es todo el mundo, frente a esto

hemos visto el fenómeno de internacionalización de una empresa (Blank & Dorf, 2012). Así, para desarrollar un modelo de negocio con mejores posibilidades de sobrevivir al mercado internacional, debe apoyarse en factores como el networking, la innovación, la financiación y la visión global (Brouthers et al., 2016; Johanson & Vahle, 1997).

El objetivo general fue determinar los factores que intervienen en la internacionalización de una edtech startup, logrando un modelo de negocio con alta innovación y tecnología enfocado en mejorar la educación. Los factores más relevantes relacionados a la internacionalización son el netorking, la innovación y el financiamiento. La innovación es la base para que el producto o servicio permanezca en el mercado competente, se diferencie de la competencia y tenga una mayor fidelización del cliente, seguido de la creación de redes, que ayuda a tener un acceso rápido al mercado objetivo, y el financiamiento ayuda a permanecer en el mercado y mejorar la puesta en marcha.

Asimismo, en las entrevistas se ha identificado el financiamiento de tres maneras en las que los fundadores de startups pueden obtener fondos para el desarrollo de la internacionalización. Estos son: Family Friends Fools financiación, que se caracteriza como la primera contribución a su capital social, capital semilla o entidades públicas, y el tercer financiamiento se obtiene de capital privado, más conocido por el grupo de inversores ángeles. El mercado internacional abunda en ideas emprendedoras que buscan generar ganancias para sus fundadores. Cabe señalar que, en los últimos cuatro años, el Estado y entidades privadas han mejorado la oferta de financiamiento para emprendimientos tecnológicos.

Por otro lado, los resultados identifican la red de contactos conocida como networking como un tema principal que los fundadores deben considerar, ya que facilitará el acceso a los mercados globales y la interacción con mentores, generará alianzas estratégicas con instituciones estatales y privadas para abrir nuevos emprendimientos. Sugieren buscar

información en las cámaras de comercio del país, embajadas, el propósito que proporcionan es conectar a los empresarios con los países de destino, haciendo uso de esto favorece enormemente a los empresarios, especialmente al comienzo de la ampliación de una empresa nueva.

Por último, se determina que el bajo nivel de internacionalización se debe a la falta de mayor investigación, educación y desarrollo, además por no mejorar la propuesta de valor, donde los objetivos aporten una solución y se diferencien de la competencia. Desarrollando estas características, más startups podrán trascender local e internacionalmente. En este sentido, gracias a esta investigación, los futuros emprendedores podrán mejorar el modelo de negocio que necesitan desarrollar, considerando el nuevo factor de visión global, así como permitir que nuevos investigadores avancen con una variable recién descubierta tal cual se menciona en los resultados, esto trascenderá en mejoras constructivas para el ecosistema de las startup.

## REFERENCIAS

- Allison, M.A., Browning, S. (2006). Competing in the cauldron of the global economy: tools, processes, case studies, and theory supporting economic development: *International Journal of Technology Management*, 33 (2-3), 130-143.  
<https://doi.org/10.1504/IJTM.2006.008307>
- Amorós, J.E., Basco, R., Romani, G. (2016). Determinants of early internationalization of new firms: the case of Chile: *Journal of International Entrepreneurship* 12(1), 283-307.  
<https://doi.org/10.1007/s11365-014-0343-2>
- Asociación peruana de capital semilla y emprendedor. (2022). REPORTE 1ER CENSO DE STARTUPS PERUANAS 2022. <https://www.pecap.pe/reportes2022>
- Banco de desarrollo del Perú. (15 de junio de 2021). COFIDE y PRODUCE lanzan fondo por S/ 70 millones. [https://www.cofide.com.pe/noticia\\_detalle.php?id=65](https://www.cofide.com.pe/noticia_detalle.php?id=65)
- Blank, S., & Dorf, B. (2012). El manual del emprendedor: La guía paso a paso para crear una gran empresa. Grupo Planeta. [https://theoffice.pe/wp-content/uploads/el\\_manual\\_del\\_emprend.pdf](https://theoffice.pe/wp-content/uploads/el_manual_del_emprend.pdf)
- Blank, S. (25 de enero de 2010). What's A Start-up? First Principles [Entrada en blog]. Recuperado de <https://steveblank.com/2010/01/25/whats-a-startup-first-principles/> [Consulta: 8 de agosto de 2018].
- Brouthers, K., Geisser, K. & Rothlauf, F. Explicando la internacionalización de las empresas de ibusiness: *Journal of International Business Studies* 47, 513–534 (2016).  
<https://doi.org/10.1057/jibs.2015.20>
- Canals, J. (1994). La internacionalización de la empresa: como evaluar la penetración en mercados exteriores. MCGRAW-HILL. [http://orga.blog.unq.edu.ar/wp-content/uploads/foro\\_deluni/INTCI\\_Canals\\_2\\_Unidad\\_1.pdf](http://orga.blog.unq.edu.ar/wp-content/uploads/foro_deluni/INTCI_Canals_2_Unidad_1.pdf)
- Cerqueira, C., Lamas, C.C.M. & Baranovskiy, S. (2021). Interculturality role in startups

- internationalization: Eligent Club's virtual Accelerator Programme case. *E-Journal of Intercultural Studies*, 9 (3). DOI: 10.34630/erei.v3i9.4217
- Chin, T., Tsai, S. B., Fang, K., Zhu, W., Yang, D., Liu, R. H., Tsuei, R. T. C. (2016). EO-performance relationships in reverse internationalization by chinese global startup OEMs: Social networks and strategic flexible. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0162175>
- Crick, D., Spence, M. (2005). The internationalisation of 'high performing' UK high-tech SMEs: a study of planned and unplanned strategies: *International business review*, 14(2), 167-185. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2004.04.007>
- Christensen, C. M., Raynor, M. E., McDonald, R. (December 2015). What Is Disruptive Innovation? *Harvard Business Review*. <https://hbr.org/2015/12/what-is-disruptive-innovation>. <https://hbr.org/2015/12/what-is-disruptive-innovation>
- Cordova-Buiza, F., Paredes-Vasquez, R. D. P. (2022). Loyalty strategies in Latin American SMEs: A systematic review of scientific literature between 2012 and 2021. Paper presented at the IEEE International Professional Communication Conference, pp. 298-302. doi: 10.1109/ProComm53155.2022.00062
- Debrulle, J., Maes, J. (2015). Start-ups' internationalization: The impact of business owners' management experience, start-up experience and professional network on export intensity: *European Management Review*, 12(3), 171-187. <https://doi.org/10.1111/emre.12050>
- Fertik, M. (25 de enero de 2013). Go International, Young Start-up. *Harvard Business Review*. Recuperado de <https://hbr.org/2013/01/go-international-young-startup> [Consulta: 20 de agosto de 2018].
- Fernández, M. (23 de noviembre de 2020). Startup peruana premiada por el MIT impulsa transformación digital en educación: *Andina*. <https://andina.pe/agencia/noticia-startup-peruana-premiada-por-mit-impulsa-transformacion-digital-educacion->

822372.aspx#:~:text=Tres%20hermanos%20trujillanos%20fundaron%20en,para%20potenciar%20la%20educaci%C3%B3n%20digital, last accessed 2022/6/25

Gabrielsson, M., Kirpalani, P., Dimitratos, V. H., MSolberg, A., Zucchella, CA. (2008). Born globals: Propositions to help advance the theory: *International Business Review*, 17(4), 385-401. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2008.02.015>

Ganichev, N., Koshovets, O. (2021). Forcing the Digital Economy: How will the Structure of Digital Markets Change as a Result of the COVID-19 Pandemic: *Studies on Russian Economic Development*, 32(1), 11-22. <https://doi.org/10.1134/S1075700721010056>

Johanson, J., Vahle, J. E. (1997). The International Process of the Firm - A Model Knowledge Development and Increasing Foreign Market Commitments: *Journal of International Business Studies*, 8, 23-32. <https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8490676>

Madsen, T. K., Servais, P. (1997). The internationalization of born globals: an evolutionary process: In *International Business Review*, 6 (6), 561-583. [https://doi.org/10.1016/S0969-5931\(97\)00032-2](https://doi.org/10.1016/S0969-5931(97)00032-2)

Ministerio de la Producción (2020) <https://www.gob.pe/produce>.

Moen, Ø. (2002). The born globals: a new generation of small European exporters: *International marketing review*, 19(2), 156-175. <https://doi.org/10.1108/02651330210425015>

Oliva, F. L., Teberga, P. M. F., Testi, L. I. O., Kotabe, M., Giudice, M. D. & Kelle, P. Cunha M. P. (2022). Risks and critical success factors in the internationalization of born global startups of industry 4.0: A social, environmental, economic, and institutional analysis. *Previsión tecnológica y cambio social*. Vol 175. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.121346>

Puerto, D. P. (2010). La globalización y el crecimiento empresarial a través de estrategias de internacionalización: *Pensamiento & Gestión*, (28), 171-195

Rocha-Vallejos, K. H., Rabanal-Altamirano, S. N., Robles-Fabian, D. A., Cordova-Buiza, F. (2022).

Does brand love strictly increase purchase intention? The case of Linio: Innovative Marketing, 18(4), 36-4. [http://dx.doi.org/10.21511/im.18\(4\).2022.04](http://dx.doi.org/10.21511/im.18(4).2022.04)

Santos, L. M. (2013). Factores De Éxito En La Internacionalización De Las Empresas Del Mueble En Andalucía [Tesis doctoral, Universidad de Córdoba]. Repositorio institucional de la Universidad de Córdoba. <http://hdl.handle.net/10396/11794>

Welch, S. L., & Luostarinen, R. (1988). Internationalization: Evolution of a Concept. *Journal of General Management*, 14 (2), 34-55. <https://doi.org/10.1177/030630708801400203>

Global Entrepreneurship Monitor (GEM). (2017). Global Report 2017/18. Recuperado de <https://www.gemconsortium.org/report/50012>. [Consulta: 2 de agosto de 2018].