

**Premios EmprendedorXXI**

**Análisis  
de una nueva  
generación  
de *start-ups*  
en España  
y Portugal.**

**Apostar  
por empresas sólidas  
que crean empleo  
y generan valor  
en cada territorio  
es la mejor inversión  
social**



**Juan Antonio Alcaraz,**

*Director General de Negocio de CaixaBank*

Los emprendedores son actores esenciales en la dinamización del tejido productivo, con un papel fundamental en la creación de empleo y oportunidades y con una gran influencia sobre los cambios sociales. Algunas de estas compañías, con solo una idea y un equipo brillante, han conseguido convertirse en verdaderas corporaciones en pocos años.

Para contribuir al desarrollo de jóvenes empresas innovadoras con alto potencial de crecimiento, CaixaBank impulsa los Premios EmprendedorXXI, que ya han alcanzado su 14ª edición y se han convertido en un reconocimiento consolidado en el territorio y de referencia para start-ups de España y Portugal. En esta 14ª edición, y ante la situación excepcional vivida en los últimos meses, queríamos dar un paso más y contribuir a visualizar los 8 retos socioeconómicos y tecnológicos que consideramos más relevantes para el país y el ecosistema en estos momentos.

Desde su creación en 2007, han participado más de 8.900 start-ups y más de 3.300 empresarios, inversores y representantes de entidades vinculadas al emprendimiento han colaborado como integrantes de diversos comités y jurados.

Para divulgar el conocimiento adquirido a lo largo de estos años y analizar las tendencias relacionadas con el ecosistema emprendedor, lanzamos en 2019 de la mano de IESE este Observatorio. La colaboración con esta prestigiosa escuela de negocios nos permite compartir un profundo análisis del perfil, necesidades y la situación actual de las start-ups a nivel Ibérico. Con su ambición y potencial de crecimiento, pese a su juventud, estas empresas son y serán clave para el desarrollo económico y social de nuestra sociedad: generan riqueza, empleo y, a su vez, ayudan al desarrollo tecnológico y de soluciones para los nuevos retos de la sociedad actual.



**Mª Julia Prats,**

*Profesora de Iniciativa Emprendedora, IESE Business School*

*Directora Académica del Centro de Innovación e Iniciativa Emprendedora*

Un año más, los Premios EmprendedorXXI muestran un tejido emprendedor de calidad que abarca prácticamente todos los sectores. En un momento excepcionalmente complejo, las start-ups de Iberia han sabido encontrar soluciones de manera creativa para hacer frente a una crisis que podría haberles hundido de manera irreversible. Son start-ups consistentes, donde la experiencia previa de los fundadores, tanto en el sector donde desarrollan su actividad, como en el proceso emprendedor, ha resultado clave. En un contexto donde la lógica del mercado y del estado no podían llegar, la lógica del don aparece con fuerza. Los equipos se han implicado para encontrar soluciones rápidas y eficientes, con el resultado de haber limitado efectos, como la reducción de plantillas o el impacto en los ingresos, que de otra forma no hubiera sido posible. Ciertamente, el esfuerzo realizado ha sido muy notable, y, además, gracias a su formación, el haberse apoyado en la digitalización les ha permitido hacerlo a un coste menor.

Se constata la presencia, con fuerza, de nuevos agentes en el ecosistema emprendedor – nuevas fuentes de financiación, aceleradoras e incubadoras, y otros – que han apoyado el proceso de creación y crecimiento de estas jóvenes empresas ampliando el rango de oportunidades y expandiendo el tamaño del ecosistema. Esto es una muestra clara de la vitalidad emprendedora del territorio.

Como en las ediciones anteriores, estamos convencidos de que las historias de éxito son referentes que ayudan a la reflexión y al aprendizaje, tanto a los emprendedores para el diseño e implementación de su plan, como a los agentes del ecosistema emprendedor para desarrollar recomendaciones que faciliten su impulso y crecimiento. El Observatorio DayOne de *start-ups* sigue siendo una palanca para las jóvenes empresas para crecer en calidad y rentabilidad.



# El Observatorio DayOne de *Start-ups* en Iberia



El Observatorio DayOne de Start-ups en Iberia nació con el objetivo de generar información e investigación del tejido de *start-ups* en España y Portugal. El **Centro de Innovación e Iniciativa Emprendedora del IESE** colabora con los **Premios EmprendedorXXI** en el seguimiento y análisis de las empresas que, año tras año, se presentan al premio. Esto nos permite obtener una muestra relevante de las *start-ups* españolas y portuguesas en sus primeros años de lanzamiento. Se celebra ya la 14ª edición

de los **Premios EmprendedorXXI**, una iniciativa impulsada por CaixaBank a través de DayOne, que tiene como objetivo identificar, reconocer y acompañar a las empresas innovadoras de reciente creación con mayor potencial de crecimiento. Estos premios están co-otorgados por el Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital a través de la Empresa Nacional de Innovación, S.A. (ENISA) en España y Banco BPI en Portugal. Desde su creación en 2007 hasta la edición del año pasado, se han

evaluado cerca de 9.000 compañías, seleccionado 400 ganadoras y se han entregado 6 M € en premios, con más de 400 inversores, emprendedores y expertos sectoriales implicados anualmente en comités y jurados.

Aunque regularmente, desde distintas instancias públicas y privadas, se presentan estudios sobre jóvenes empresas, las distintas definiciones sobre lo que es una empresa emergente, las metodologías de muestreo y de análisis, y la diversidad de contextos geográficos definidos para los estudios hace difícil tener una visión de conjunto y, más aún, hacer seguimiento de la evolución de una población, que representa, en buena parte, la actividad emprendedora del país. Con este **Proyecto DayOne del Observatorio de Start-ups** en Iberia nos proponemos hacer un seguimiento sistemático de las primeras fases de esta población de nuevas empresas que se seleccionan por su innovación y su potencial de crecimiento.

En este estudio anual se busca monitorizar a las *start-ups* más jóvenes, y extraer aspectos relevantes que apoyen a los equipos emprendedores, y a los distintos agentes del ecosistema emprendedor, para un mejor despliegue de sus capacidades. Para ello, se estudian no solo indicadores de edad, tamaño, sectores a los que pertenecen y las tecnologías que desarrollan y sobre las que se apoyan, sino aspectos

como la composición de los equipos y sus motivaciones, las estructuras de financiación, sus modelos de negocio y estrategias competitivas, entre otros aspectos. Este análisis en profundidad nos desvela el dinamismo y la calidad de estas nuevas empresas. No se trata de hacer una estadística; el objetivo es destilar conocimiento relevante a través de las ediciones sucesivas del estudio que nos permita conceptualizar elementos de excelencia para dar recomendaciones a los distintos agentes que ayudan a crear este vibrante ecosistema. El presente y el futuro de nuestra economía pasa por seguir impulsando la creación de empresas sólidas que creen valor y empleo en todos los puntos del territorio, y el Proyecto DayOne del Observatorio de *Start-ups* en Iberia quiere contribuir a ello.



# Contenido

Introducción	12 15
Un ecosistema en evolución y con gran capacidad de adaptación	16 23
Impacto de la COVID-19 en las start-ups de Iberia	24 25
Elementos clave que distinguen a las Top 100	26 27
Perfil de las <i>start-ups</i> de los Premios EmprendedorXXI 2020	28 29
Rasgos competitivos: sectores y modelo económico	29 33
Equipos calificados y expertos	34 39
Tecnología e innovación	40 41
Financiación	42 51
Retos y palancas del futuro	52 53
Anexo 1: Metodología de análisis	54 55
Anexo 2: Criterios de valoración para identificar a las Top 100	56 57
Anexo 3: Definición de los grupos sectoriales y resultados	58 61
Anexo 4: Referencias	62 63

# Introducción

## **Análisis de una nueva generación de *start-ups* en España y Portugal**

tiene como objeto presentar los principales indicadores sobre el emprendimiento joven en Iberia analizando las 955 *start-ups* con quien se ha trabajado en la 14ª edición de los Premios EmprendedorXXI, comparándolos con los informes más destacados en el tema. Marcado por la propagación de la COVID-19, el año 2020 se ha caracterizado, en la dimensión económica, por una serie de medidas excepcionales que han impactado la economía mundial, con consecuencias heterogéneas en el tejido empresarial. En este contexto, este estudio muestra una panorámica representativa del ecosistema emprendedor ibérico. En las distintas secciones se presenta la distribución geográfica de las empresas, el perfil de

emprendedores y equipos, la formación de las *start-ups* y su financiación, además de las tecnologías desarrolladas, sectores y retos futuros.

Además, de igual forma que en ediciones anteriores, se ha realizado un análisis en profundidad de las empresas con mayor éxito, definidas Top 100, cuyas decisiones y conformaciones se podrían considerar como un modelo a seguir. Con el objetivo de analizar las tendencias en el ecosistema de Iberia, se han definido una serie de grupos sectoriales según las soluciones aportadas por las *start-ups* y el impacto generado. Finalmente, el estudio analiza el impacto de la COVID-19, en términos de plantillas e ingresos.

En términos generales, los indicadores muestran que las *start-ups* de Iberia se han adaptado a las circunstancias de

manera sorprendente, produciendo un ratio de *start-ups* sostenido en el tiempo. Sin embargo, las *start-ups* han tenido que hacer un mayor esfuerzo y recortar costes, recurriendo a inversiones que han posibilitado nuevas alternativas. El 34% de la muestra ha crecido en ventas con una media del 22%, sin recortar plantillas a pesar de la crisis. Aunque la media de empleados baje de 7 en 2019 a 6 en 2020, el 63% de empresas declara no haber reducido sus equipos. En sus últimas rondas de financiación las *start-ups* de Iberia han levantado 91 M € de fuentes externas. Esta financiación se concentra principalmente en las *start-ups* de Cataluña (más de 31 M €) y Madrid (más de 20 M €). Las *start-ups* siguen financiándose mayoritariamente (59%) con fondos propios, tanto en España como en Portugal, con un leve incremento del 3% respecto a la edición anterior. Otra fuente importante de financiación es la proveniente de *Business Angels* (11%) y *Venture Capital* (7%). En este aspecto destaca la diferencia entre la media de la muestra y las Top 100, que concentran una mayor proporción de ambos tipos de inversores, el 21% y 15% respectivamente.

La mayoría de las *start-ups* de la muestra declaran pertenecer al sector del Impacto social (10%), Salud (6%)

y Marketplace (5%). El 50% tiene su ventaja competitiva basada en la tecnología propietaria, desarrollando sus soluciones en Software & Plataformas (18%), Data Analytics (12%), Inteligencia Artificial (9%) e IoT (6%). Aumenta el número de fundadores en serie y aumenta la madurez de las empresas. En su mayoría (72%) las *start-ups* están fundadas por emprendedores que ya han lanzado tres o más empresas, un aspecto que podría ser clave a la hora de gestionar crisis. En un contexto de rápida evolución sigue siendo un reto el emprendimiento liderado por mujeres. El 53% de la muestra no tiene ninguna mujer entre sus fundadores, mientras solo el 12% de las empresas tienen un equipo fundador formado totalmente por mujeres, confirmando tendencias europeas y de ecosistemas más maduros.

Por último, el informe presenta los retos principales a los cuales las *start-ups* se enfrentan para poder seguir siendo resilientes en el escenario competitivo actual, presentando tendencias similares a ediciones precedentes. Conseguir financiación (70%) y encontrar nuevos segmentos de clientes (59%) son los principales puntos que seguir en la agenda de los emprendedores emergentes ibéricos.

## Aspectos más relevantes del estudio



### Las *start-ups* de la muestra se han adaptado a las circunstancias de forma sorprendente.

326 *start-ups* (34% de la muestra) han crecido en ventas en 2020 (un 57% entre las Top 100) con una media del 22%, sin recortar en plantillas, ni acogerse masivamente a medidas especiales para regular el empleo. Aunque las empresas son ligeramente más pequeñas, baja la media de empleados desde los 7 de 2019 a los 6 de 2020, se detecta una adaptación rápida para la búsqueda de nuevos nichos de mercado, eso sí, con mayor esfuerzo y recorte de costes; solo 1 de cada 3 tiene EBIDTA positivo en 2020.



### Incluso en un año marcado por la pandemia, Iberia produce un ratio de *start-ups* sostenido en el tiempo.

Cataluña y Madrid siguen concentrando la mayor parte de la muestra en España: dos de cada cinco *start-ups* de la muestra están en estas regiones. Cataluña y Madrid siguen siendo las comunidades que incorporan más *start-ups* de éxito, respectivamente el 26% y el 20%. Sin embargo, al comparar el porcentaje de Top 100 respecto a las presentadas, destaca la región de Lisboa, Sur e Islas confirmando que el ecosistema portugués no solo está escalando, sino también lo hace con empresas de alta calidad.



### Las *start-ups* quieren crecer y lo hacen internacionalmente y con orientación al mercado desarrollándose sobre todo en los sectores Impacto social, Salud y Marketplace.

Cubrir una necesidad clara en el mercado y el crecimiento se confirman como decisiones estratégicas principales del equipo fundador. El 72% de las Top 100 tienen un mercado internacional, que mayoritariamente se enfoca en Europa.



### El ecosistema de *start-ups* de Iberia consolida las muestras de madurez y calidad, especialmente en los *hubs* de Madrid y Barcelona.

Más del 70% de las empresas se describen como innovadoras por el producto/servicio, y el 50% de la muestra tienen su ventaja competitiva basada en tecnología propietaria. El 45% de las *start-ups* basan sus soluciones en Software & Plataformas, Data Analytics, Inteligencia Artificial y en IoT (Internet of Things). Los equipos son mejores (el 50% de los fundadores tienen un PhD o un Máster y un 43% más de 11 años de experiencia en el sector), y crece un punto, con respecto a 2019, el porcentaje de *start-ups* financiados con capital profesional. Predominan los modelos de B2B y se sofistican los modelos económicos (suscripción, pago por uso, etc.).



### Aumenta el número de fundadores en serie y no crece la diversidad.

El 72% de los emprendedores han lanzado tres o más empresas. Solo el 36% de las empresas tienen al menos una mujer en el equipo fundador, confirmando la tendencia de las ediciones anteriores, concentrándose en mayor medida en los sectores relacionados con Salud y con Impacto social.



### Las *start-ups* en Iberia han levantado 91 M € en sus últimas rondas de financiación, con una media de 194 mil euros.

Desde su nacimiento, en total, las *start-ups* analizadas han levantado más de 300 M €. Cataluña y Madrid son las comunidades con mayor financiación levantada, que alcanza el 52% del total. Analizando el tipo de inversores es notable la diferencia entre la muestra y las Top 100. El 11% de las *start-ups* se han financiado con aportación de *Business Angels*, comparado con el 21% de las Top 100. En el caso de los *Venture Capital*, es un 7% con respecto a un 15% de las Top 100.

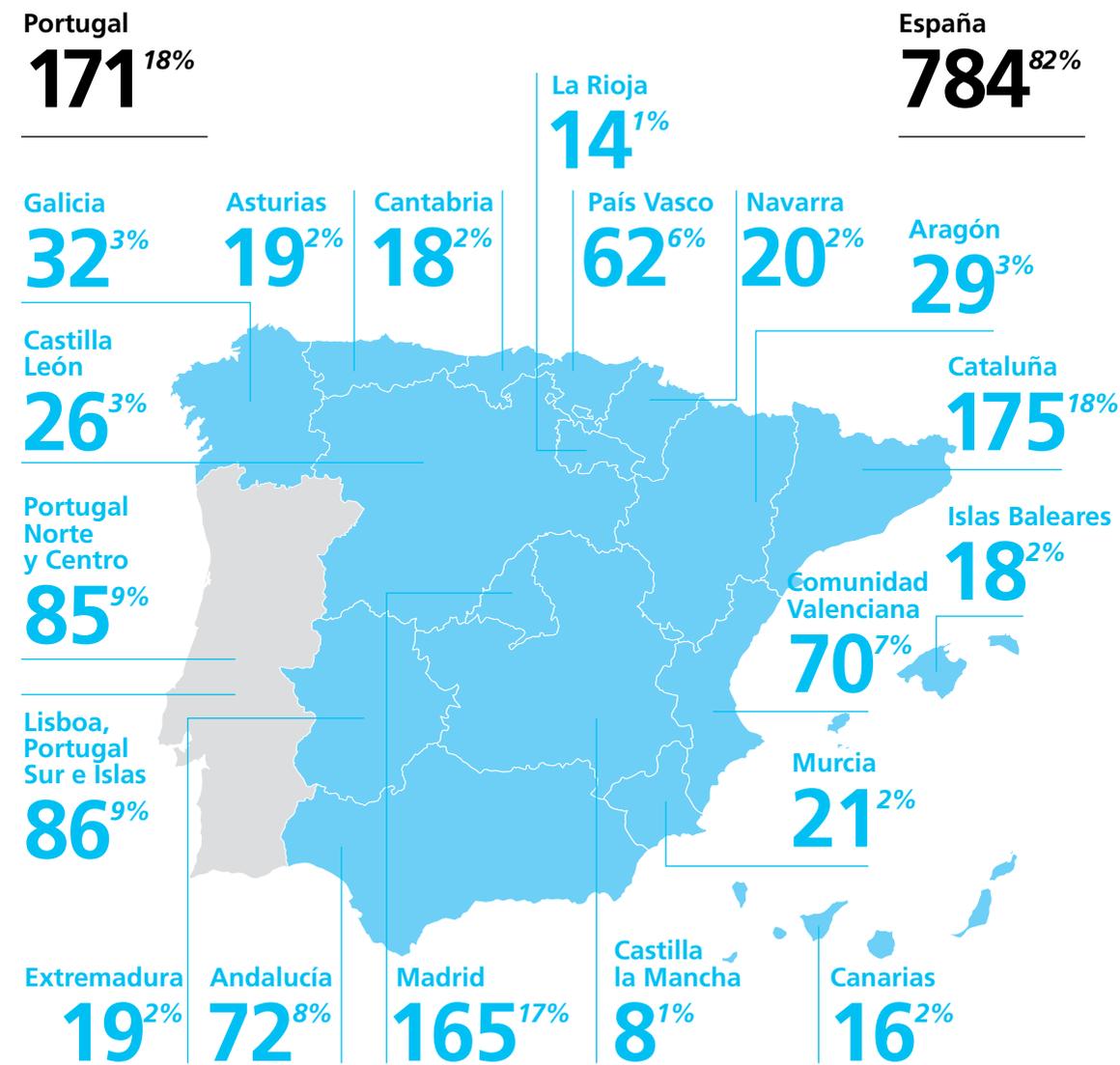
# Un ecosistema en evolución y con gran capacidad de adaptación

¿En qué regiones se concentra el mayor número de *start-ups*?  
 ¿Dónde se ubican las de mayor calidad? ¿Cómo han sabido adaptarse a los retos de un año marcado por la pandemia?

Comparando la muestra con los años anteriores, incluso en un año marcado por la pandemia, Iberia produce un ratio de *start-ups* sostenido en el tiempo. De las 955 empresas que se han presentado a los Premios EmprendedorXXI, **España concentra la mayor proporción absoluta (82%)** y relativa por habitante (19,2 comparado con 16,6 para Portugal)<sup>1</sup>. Si se analiza el número de *start-ups* de la muestra con respecto al PIB nacional y el porcentaje de población activa,

Portugal está un punto y dos puntos, respectivamente, por encima de España. En términos absolutos y respecto al año anterior, las *start-ups* portuguesas, crecen de 139 a 171 con una distribución homogénea entre las dos regiones identificadas. Los *hubs* principales, Cataluña (175) y Madrid (165) concentran el 35% de las *start-ups* de la muestra. Les siguen, Andalucía (72/8%), la Comunidad Valenciana (70/7%) y el País Vasco (62/6%).<sup>2</sup>

## Distribucion de *start-ups* 14ª edición Premios EmprendedorXXI



En general, la distribución de *start-ups* en las principales comunidades o regiones se mantiene con respecto a la edición anterior, con leves diferencias entre las regiones principales.

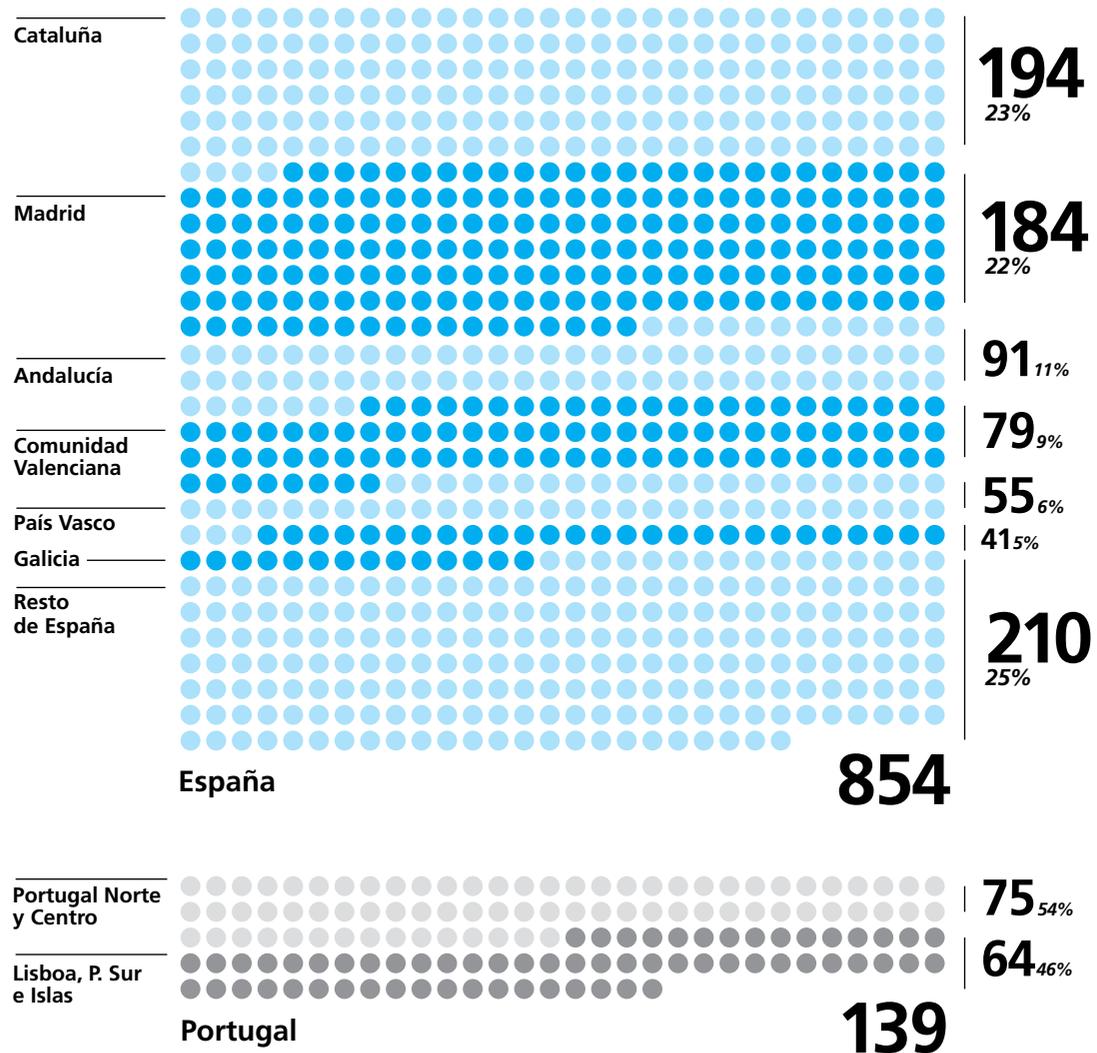
<sup>1</sup> Datos de número de habitantes y PIB del 2020

<sup>2</sup> Si no se especifica otra cosa, el porcentaje es sobre la muestra total de *start-ups* (955).

## Evolución de las principales autonomías

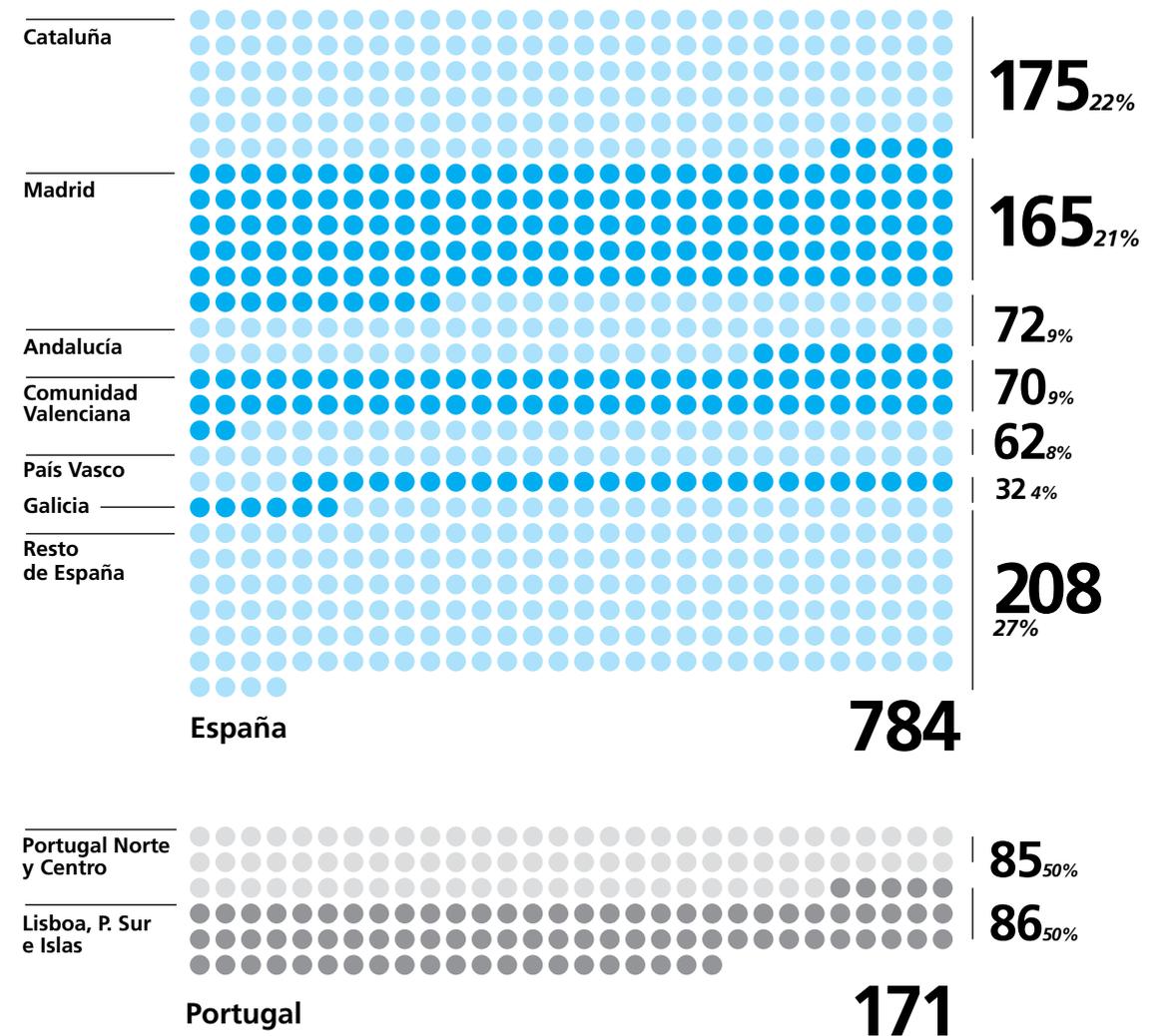
Número de empresas / porcentaje sobre el total nacional o regional

### 2019



¿Dónde se ubican las *start-ups* de mayor calidad? Al analizar la concentración de las Top 100<sup>3</sup> por geografías, Cataluña y Madrid siguen siendo las comunidades que más número incorporan a esta lista, el 26% y el 20% respectivamente. Sin embargo, al comparar el ratio

### 2020



de calidad (% de Top 100 respecto al total de presentadas) destacan la región de Lisboa, Sur e Islas y País Vasco confirmando el progreso en la calidad de estos ecosistemas.

<sup>3</sup> En el Anexo 2 se presentan los criterios utilizados y su peso relativo para hacer el ranking de las Top 100 *start-ups*. Son criterios sobre el equipo fundador (25%), el modelo de negocio de la *start-up* (15%), la ambición de crecimiento (20%), el grado de innovación (20%) y sus fórmulas de financiación y rendimiento (20%).

Al analizar la distribución de las *start-ups* por grupos sectoriales<sup>4</sup>, la mayoría de la muestra tiene como objetivo presentar soluciones que aumenten su competitividad y peso de la industria gracias a la ciencia y la transferencia tecnológica (DeeptechXXI 22%), mientras que la mayoría de las empresas Top 100 aspiran a presentar soluciones que ayuden a la reactivación de la hostelería y el turismo, con nuevos modelos de negocio y apoyo a la digitalización (ViveXXI 18%). Esta distribución está alineada con los sectores y tecnologías más vinculados a las empresas de la muestra, que son, respectivamente, Impacto social y Software & Plataformas.

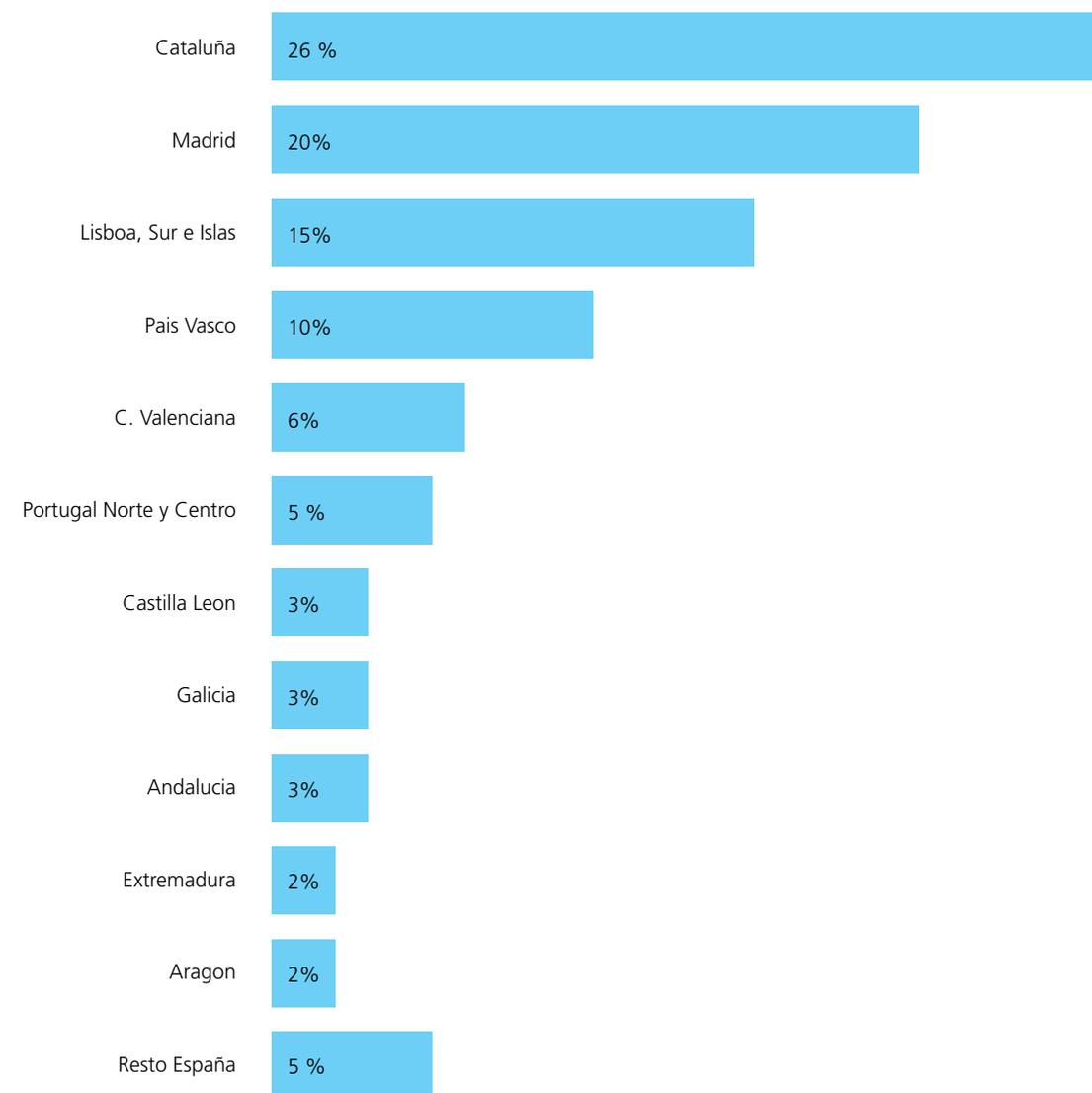
**Las *start-ups* de la muestra se han adaptado a las circunstancias de forma sorprendente, confirmando su flexibilidad y capacidad de reorientación en contextos de crisis. Aunque a un ritmo inferior, las empresas en Iberia siguen creando empleo y creciendo en ventas, generando credibilidad en la búsqueda de recursos financieros.**

Una de las contribuciones económicas más significativas desarrolladas por las *start-ups* en este periodo ha sido la creación de empleo. A pesar del escenario de incertidumbre y ralentización general de la economía<sup>5</sup>, **en 2020 han creado casi 6.000 puestos de trabajo** frente a los 7.000 de la edición anterior. A 31 de diciembre de 2020, las *start-ups*

ibéricas empleaban a 5.983 personas de forma directa, con una media de seis empleados por empresa. En este contexto, el impacto de la pandemia se muestra limitado como demuestra que el 63% de las *start-ups* declaran que la crisis de la COVID-19 no ha tenido impacto alguno en el número de empleados, **el 70% de la muestra que ha aumentado la plantilla en el periodo 2019-2020**, y el 90% que espera incrementarla en 2021 demostrando un enfoque optimista frente a la crisis. Es importante apuntar que, además de operar en sectores en crecimiento como la Salud, la muestra de esta última edición presenta equipos con fundadores más experimentados que han hecho posible una gestión exitosa de esta crisis.

**Una de cada tres empresas (326) han crecido en ventas de 2019 a 2020 con una media en el incremento de su facturación del 22%**, mientras que la media del crecimiento del total de la muestra es del 15%. En el caso de las Top 100, las *start-ups* crecen en media un 57%. Asturias, Castilla-La Mancha y la Rioja son las comunidades donde se ha registrado un mayor número de *start-ups* en crecimiento, respectivamente el 63%, 62% y 57%.

## Distribución geográfica Top 100

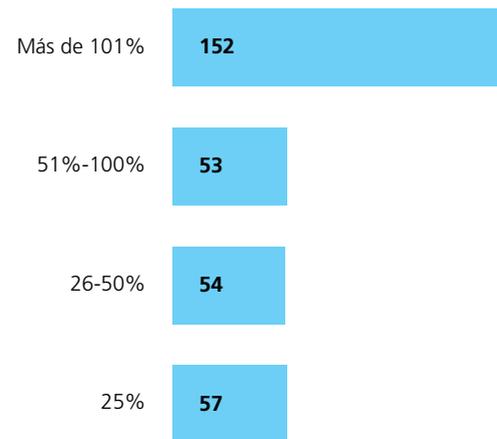


<sup>4</sup> En el Anexo 3 se presentan una serie de grupos sectoriales en los que cada *start-up* de la muestra se ha identificado según los retos perseguidos, como por ejemplo el CiudadXXI, en que se incluyen soluciones para hacer que las ciudades y pueblos donde vivimos sean más sostenibles seguras y conectadas.

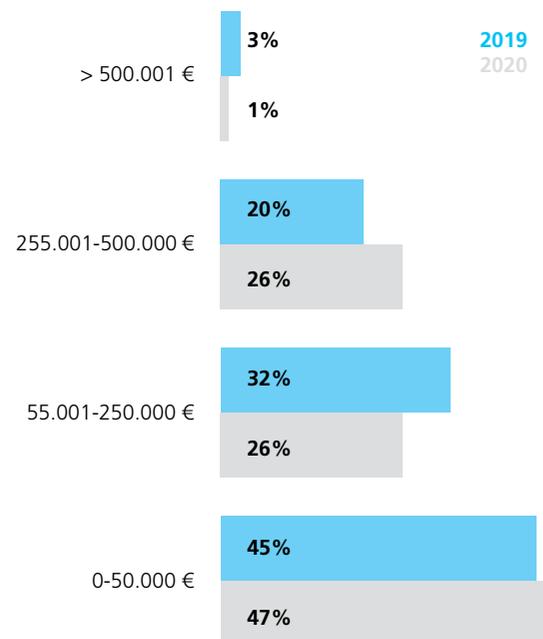
<sup>5</sup> La población activa en 2020 en España baja a 22,6 M de los 23,22 M de 2019. Misma tendencia se registra en Portugal, desde 5,28 a 5,15 M en el periodo 2019-2020. (Base de datos de Indicadores principales sobre el mercado laboral, Organización Mundial del Trabajo, Banco Mundial, 12 de marzo 2021).

A pesar de que los crecimientos valorados son relativos a la dimensión de las empresas y, en muchos casos ésta es pequeña, estos resultados se pueden considerar muy positivos dado el contexto en el que se han visto inmersas. No se observan diferencias en la distribución de las ventas al comparar 2019 y 2020, poniendo de nuevo de manifiesto el buen nivel de respuesta en el entorno de la COVID-19. A destacar los valores de crecimiento esperados en las previsiones de venta para 2021 como muestra de optimismo de cara al futuro.

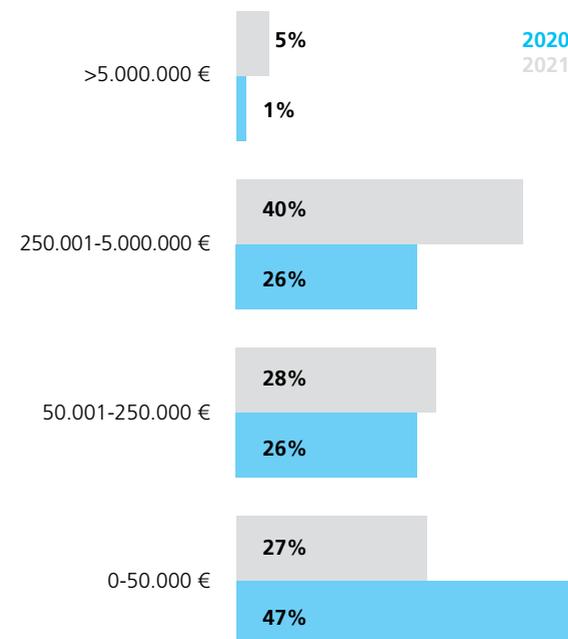
### El 34% de la muestra crece en venta 2019-2020



### Distribución ventas 2019- 2020



### Previsión de ventas 2020- 2021



Las empresas vinculadas a la transferencia tecnológica (DeeptechXXI) y las que quieren ofrecer soluciones que fomenten la sostenibilidad medioambiental y el futuro de un planeta mejor para las jóvenes generaciones (PlanetaXXI) presentan para el periodo 2019-2020 el porcentaje más alto de crecimiento en ventas, alcanzando el 40% de las *start-ups* de estas categorías. Al analizar las empresas en mayor profundidad, este resultado corrobora la tendencia "dual" en el impacto de la crisis: más que una reducción generalizada, se ha producido un efecto impulsor para algunas, y una reducción muy significativa para otras.

Se pone de manifiesto que las *start-ups* de la muestra se han visto afectadas en la rentabilidad respecto a la edición anterior. **Solo uno de cada tres *start-ups* ha tenido un EBITDA positivo en 2020, lo que supone un descenso del 40% respecto al 2019.** Entre las empresas Top 100 solo el 23% han alcanzado un EBITDA positivo. En España, Castilla-La Mancha, La Rioja y Asturias son las comunidades autónomas que presentan mejores porcentajes de *start-ups* con EBITDA positivo, siempre por encima del 50%. En Portugal, el 41% de las *start-ups* presentan un EBITDA positivo, sobre todo en la región Norte y Centro.

En cambio, **las expectativas con vistas al 2021 son mucho más**

**optimistas ya que el 48% de la muestra espera alcanzar un EBITDA positivo en un año (42% en las Top 100).**

En la perspectiva de los retos de los premios, la rentabilidad más elevada se produce entre las *start-ups* que consideran la transformación digital e innovación en el sector agroalimentario como su reto principal (SemillaXXI 41%). Está alineado con el hecho de que, en España, el sector de la agricultura se expandió un 4,7% durante la pandemia según datos de Eurostat e INE 2021, mientras en Portugal aumentan las iniciativas para revitalizar el sector <sup>6</sup>.

En cambio, la COVID-19 parece haber tenido un impacto limitado en la financiación. En lo que respecta a los ingresos, casi la mitad de la muestra (el 44%) manifiesta que no se han visto afectados. La dependencia destacada de financiación por parte de las *start-ups* junto al escenario la COVID-19 haría pensar en una afectación importante, pero no es el caso de la muestra de los Premios EmprendedorXII; el 53% de las *start-ups* declaran no haber tenido impacto alguno en sus rondas de financiación e incluso el 11% ha firmado nuevas rondas de inversión (17% en el caso de las Top 100). Solo un 20% de las *start-ups* han pospuesto o cancelado sus rondas (26% en el caso de las Top 100) o y un 19% solicitaron un préstamo ICO.

<sup>6</sup> En octubre de 2020, el Ministerio de Agricultura portugués ha lanzado Terra Futura, una iniciativa para fortalecer el sector agrícola del país, que tiene la característica distintiva de no tener un presupuesto fijo.

# Impacto de la COVID-19 en las *start-ups* de Iberia

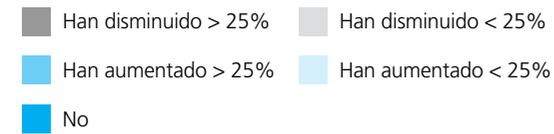
Encuesta realizada en Portugal y España a 955 *start-ups*, objeto del análisis Premios EmprendedorXXI en 2020.<sup>7,8</sup>

Las *start-ups* de la muestra han sabido resistir de manera sorprendente al impacto de la COVID-19 comparado con otros contextos más maduros. **Solo el 26% de las empresas se han visto afectadas y han tenido que posponer o cancelar rondas de financiación.** Incluso, el 11% ha firmado nuevas rondas de inversión. Un dato que sube al 17% en el caso de las Top 100. En el caso de otros ecosistemas analizados, poco más del 40% de las recaudaciones de fondos inminentes se han retrasado, lo que podría tener fuertes ramificaciones en el futuro. Además, **la mayoría de la muestra (44%) declara que la crisis no ha tenido impacto alguno en sus ingresos.** Si lo ha tenido ha sido de un +25% para el 30% de la muestra. En otros ecosistemas, el 35% de *start-ups* han declarado una disminución de sus ingresos por mismos porcentajes

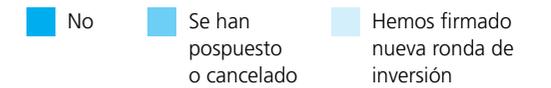
en los primeros meses de la pandemia. Al analizar el impacto de la crisis sobre las plantillas, el resultado de las *start-ups* de la muestra es positivo ya que **el 63% declara que la pandemia no ha tenido un impacto sobre su número de empleados** y solo el 10% ha congelado las renovaciones o nuevas incorporaciones. El 19% ha contratado o planea contratar a personal adicional a pesar de la crisis. Finalmente, **ERTE y reducciones de personal se registran en el 8% de las *start-ups* analizadas.**

Este último dato contrasta de forma notable con otros ecosistemas más maduros, donde casi el doble de las empresas prevé prescindir al menos del 10% de su personal, y que han visto congeladas las contrataciones en los primeros meses de la pandemia (43%).

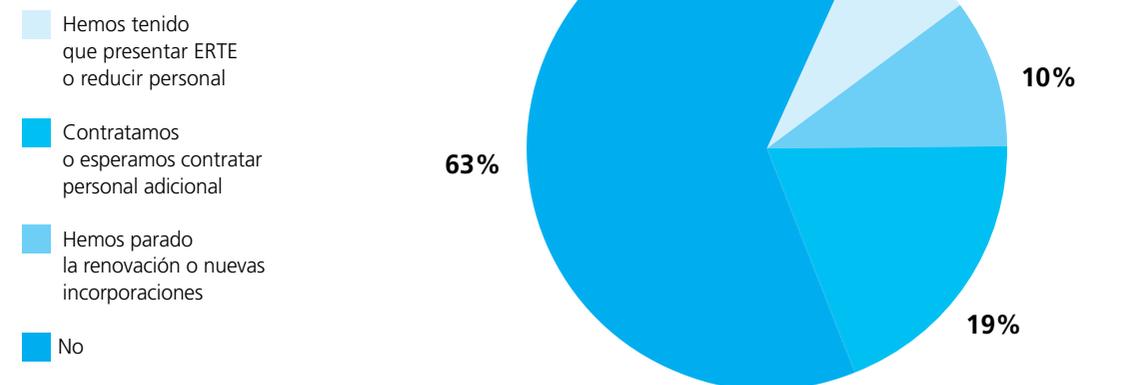
La crisis no ha tenido impacto alguno en los ingresos del 44% de las *start-ups*.



El 53% de la muestra no ha visto sus rondas de financiación afectadas.



El 63% de las *start-ups* de Iberia declara que la crisis no ha impactado el número de empleados.



<sup>7</sup> En este apartado se hace referencia al estudio presentado por LocalGlobe, Latitude, Dealroom y European *Start-ups* en 2020, en el que se analizan las tendencias europeas en los primeros meses de la pandemia (ver Anexo 4).

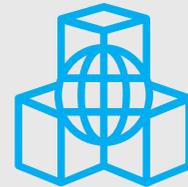
<sup>8</sup> Al 31 de noviembre 2020, España contaba con 746.900 trabajadores en ERTE según datos publicados por La Moncloa. La cifra supone una reducción del 80% respecto al nivel máximo de personas en ERTE registrado en el mes de abril de 2020.

# Elementos clave que distinguen a las Top 100



## Equipos

- El 44% de los fundadores ha emprendido 3 o más veces (38% de la muestra).



## Modelo de negocio

- El 46% elige la suscripción como modelo de monetización (30% en el total de la muestra).
- Las *start-ups* de éxito priorizan el modelo B2B (60% vs 50% de la muestra).



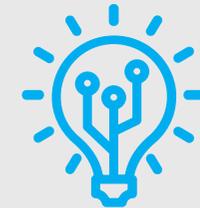
## Financiación

- Los inversores han demostrado mayor confianza en las Top 100: el 21% de las Top 100 obtienen financiación por parte de *Business Angels* (11% de la muestra) y el 15% de *Venture Capital* (11% de la muestra).
- Recurren menos a fondos propios (40% vs 59% de la muestra).
- Han conseguido mayores cantidades promedio en financiación pública, subvenciones y premios.
- El 17% ha conseguido una última ronda de financiación a pesar de la crisis (11% de la muestra).



## Ambición

- El 66% identifica su ventaja competitiva en la tecnología propietaria (50% de la muestra).
- El 72% mira hacia fuera, realizando ventas internacionales (42% de la muestra).



## Innovación

- Tener algún tipo de protección de la propiedad intelectual del producto es propio del 73% de las *start-ups* de éxito (53% de la muestra).

# Perfil de las start-ups de los Premios EmprendedorXXI 2020

**¿En qué se identifican los rasgos competitivos de las *start-ups* ibéricas? ¿Cómo están formados los equipos y qué perfil tienen los fundadores? ¿Cuáles son las tecnologías que más desarrollan? ¿A qué tipo de fondos recurren y qué evolución ha tenido su financiación?**

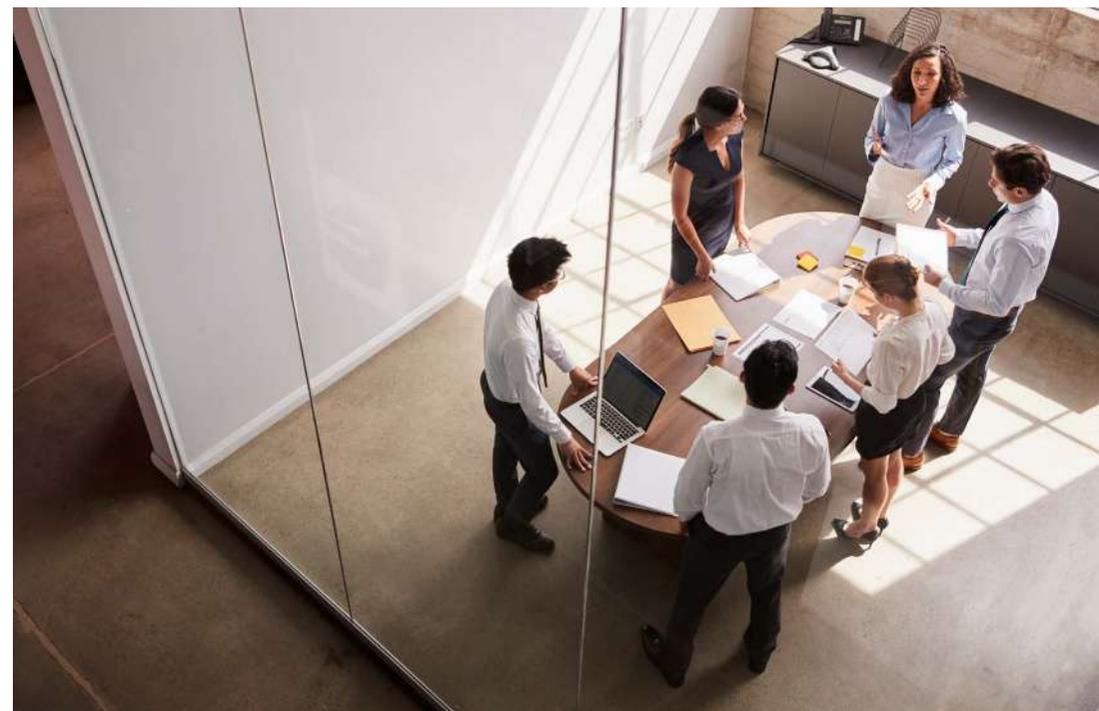


El ecosistema emprendedor en Iberia crece y madura. Las *start-ups* analizadas tienen fundadores más expertos, prefieren un modelo económico por suscripción y tienen su ventaja

competitiva basada en el nivel de su producto/servicio. Salud e Impacto social se confirman como las principales industrias de emprendimiento.

# Rasgos competitivos: sectores y modelo económico

**Las *start-ups* de Iberia se desarrollan sobre todo en los sectores de impacto social y salud. El producto/servicio destaca como principal ventaja competitiva para la mayoría, mientras las empresas más robustas son las que tienen a otras empresas como cliente final.**



Diez categorías aglutinan el 50% de las empresas, con mayor representación por parte de Impacto social (10%), Salud (6%) y Marketplace (5%). Misma tendencia se registra para las Top 100 que desarrollan sus negocios sobre todo en el sector Salud (8%) e Impacto social

(7%).<sup>9</sup> Esta distribución contrasta de forma notable con la edición previa. Si por un lado el Impacto social se confirma como sector principal, pierden relevancia Movilidad y Proptech. Ambas disciplinas se han visto afectadas de forma significativa por la crisis.

<sup>9</sup> Se define el sector Salud como el conjunto de bienes y servicios encaminados a preservar y proteger la salud de las personas. Healthcare como el sector enfocado en el mantenimiento y mejora de la salud física y mental, especialmente a través de la provisión de servicios médicos.

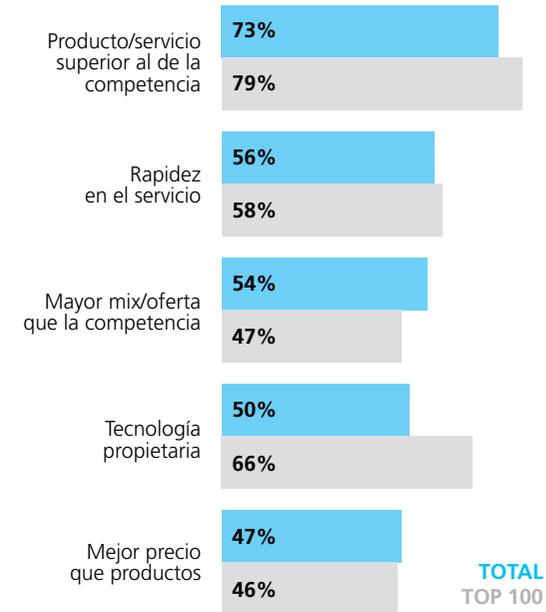
Entonces, ¿dónde identifican las *start-ups* el origen de su **ventaja competitiva**? La muestra identifica como tales tener un **producto/servicio superior al de la competencia (73%), la rapidez del servicio (56%) y una mayor oferta (54%)**. A pesar de la similitud de los resultados entre la muestra y las Top 100, destaca el valor atribuido a la tecnología propietaria por parte de las Top 100, que hace pensar en su papel clave como factor de éxito para distinguirse de la competencia.

Cuando se analizan los mercados, no se han encontrado diferencias significativas entre las empresas que operan en un mercado nicho (51%) respecto a las empresas que lo hacen en mercados generalistas (49%), sin cambios destacables en esta distribución para las Top 100. En cambio, respecto 2019 **ha bajado un 7% el porcentaje de empresas que realizan ventas internacionales (42%), mientras las Top 100 son mucho más activas en este sentido (72%)**. De las que venden fuera, el 34% lo hace solo a través de canales *online*. El 38% de las *start-ups* vende en los mercados de ultramar (Latino América e Norte de América), aunque **Europa sigue siendo el mercado más relevante para el 43% de la muestra**. Para estas empresas tan jóvenes, es notable destacar el esfuerzo realizado para ampliar sus mercados. Dos factores facilitan esta expansión.

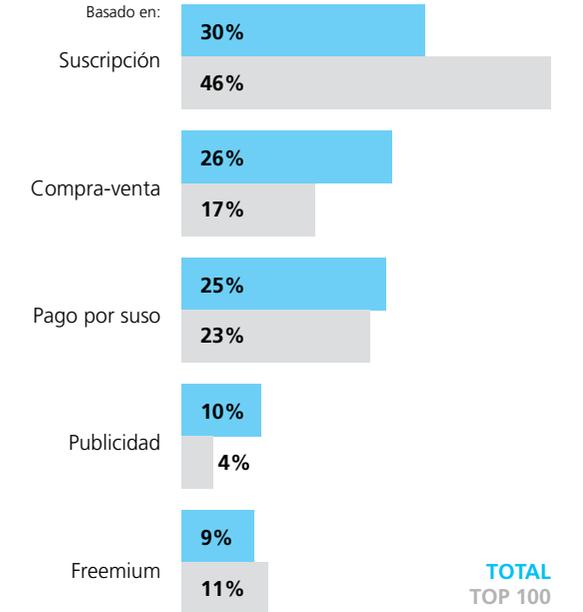
En primer lugar, la digitalización permite hacerlo a un coste menor, y, además, atendiendo al tipo de producto/servicio (18% se declaran Software & Plataformas) su mercado es global desde el inicio. Un factor que influye también en los modelos económicos y de monetización, en los que se presentan interesantes diferencias entre la muestra y las Top 100.

**Suscripción (30%), Compra-venta (26%) y Pago por uso (25%) representan los modelos de monetización más elegidos.** En el caso de las Top 100, el primero alcanza el 46% de los casos. Para las empresas de mayor éxito, el modelo basado en publicidad pierde relevancia a favor del freemium. Este es especialmente común dentro de las herramientas de Software B2B que, de hecho, es el modelo de negocio utilizado para el 66% de las Top 100 frente a un 17% de puro B2C. En resumen, las *start-ups* más robustas en términos de equipo, innovación, financiación y crecimiento son también más sofisticadas en sus modelos económicos y tienen como clientes a otras empresas, más que al consumidor final.

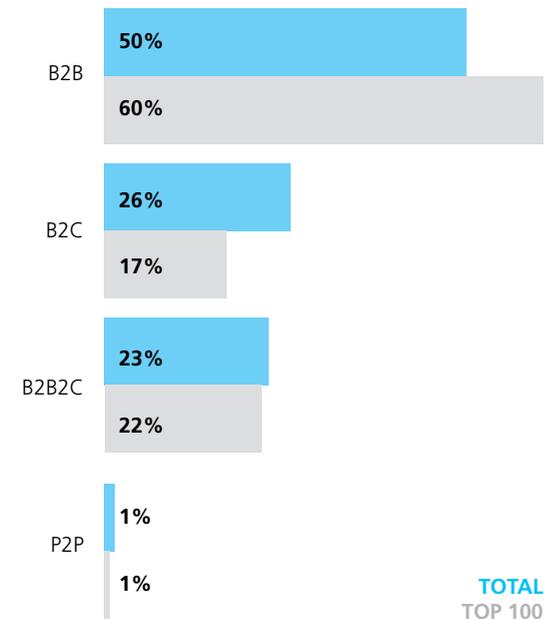
### Origen ventaja competitiva



### Modelo de monetización



### Modelo económico



# Equipos calificados y expertos

**Los equipos son sólidos, con experiencia tanto en el emprendimiento cuanto en el sector. Crece en dos dígitos el número de fundadores que trabaja en la empresa, aunque el emprendimiento femenino sigue siendo un reto.**

La crisis debida a la pandemia ha impactado levemente en las dimensiones de los equipos respecto al 2019. **El 64% de las *start-ups* está formada por equipos de 1 a 5 empleados** (6 en media, 7 en 2019). Contrariamente al estereotipo del emprendedor exitoso que inventa y desarrolla de manera independiente una idea, la fundación de las *start-ups* de la muestra es un esfuerzo cooperativo. De hecho, solo el 28% de la muestra tiene un solo fundador. **Crece en dos dígitos el número de fundadores que trabajan en la empresa (87%)**. Esto nos indica una disminución del número de fundadores que solo se implican a nivel económico, y por tanto un incremento de equipos más implicados.

El análisis confirma como el emprendimiento femenino sigue siendo un reto tanto en Iberia como en Europa, donde según recientes informes solo el 15,5% de los emprendedores son mujeres.<sup>10</sup> En comparación al año pasado, se mantiene en el 12% el porcentaje de *start-ups* formadas por mujeres, así como

únicamente el 27% de las empresas de la muestra cuenta con una representación femenina entre los fundadores. **Por el contrario, aumentan las *start-ups* formadas solo por hombres, pasando del 50,4% a 53% en un año.**

Como ya es habitual, el mayor porcentaje de mujeres se concentra en *start-ups* relacionadas con el sector de la Salud e Impacto social. Tendencia que se confirma al analizar los grupos sectoriales identificados, donde las mujeres tienen mayor presencia en empresas que presentan soluciones relacionadas para el sector turístico y hotelero (ViveXXI 31%) y bienestar del ciudadano (BienestarXXI 28%). Los bajos porcentajes de representación podrían relacionarse con la ausencia de vocaciones femeninas en las carreras más técnicas a favor de carreras vinculadas a la educación y la salud, sobre todo en España. Analizando la distribución por ramas de enseñanza en los últimos cinco años, menos del 20% de los estudiantes

<sup>10</sup> Se hace referencia al estudio presentado por Start-up Heatmap Europe en 2020, con una muestra de más de 20.000 emprendedores en Europa (ver Anexo 4).

en las disciplinas STEM (Ciencia, Tecnología, Ingeniería y Matemáticas) son mujeres<sup>11</sup>. La tendencia se invierte en carreras relacionadas con salud donde, el número de estudiantes mujeres es cuatro veces el de hombres.

Se mantiene un nivel elevado en la calidad de la educación de los equipos fundadores. **El 83% de los fundadores tienen un grado universitario o superior (Máster o Grado Superior)**, mientras los que tienen un PhD son un 9%, nivel en línea con las ediciones anteriores.

Destacan los datos sobre la experiencia de los emprendedores, que confirman estudios precedentes que apuntan al hecho que cada vez más las personas mayores de 40 años reconocen en el emprendimiento una segunda oportunidad para el éxito.

**El 74% de los emprendedores de la muestra tiene más de 6 años de experiencia en el sector en el que emprenden, y entre ellos, el 31% más de 11.** Una tendencia que se confirma en las Top 100.

Además, crece la madurez en el proceso emprendedor. Por un lado, el número de emprendedores en su primera experiencia emprendedora es inferior al 7% (35% en 2019), y por otro **sigue al alza el número de fundadores que repiten (72% comparado con los 65% de la edición anterior)**. La experiencia acumulada como emprendedores crece

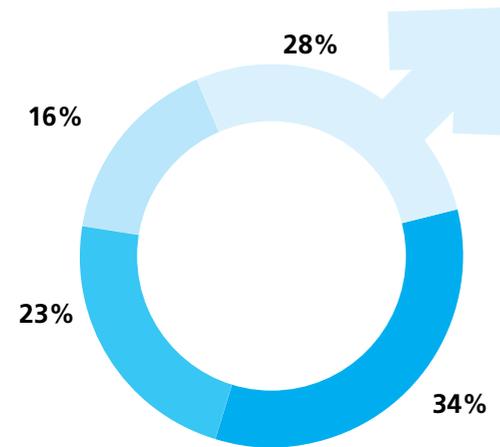
aún más en las Top 100: el 44% de los fundadores han emprendido tres o más veces. Esta experiencia influye en la formación de los equipos, representando una señal de maduración del ecosistema. **El 38% de los equipos fundadores ya han trabajado juntos mientras el 36% son resultado de una búsqueda de perfiles específicos.**

Además, la experiencia de los fundadores se refleja también en los objetivos de sus empresas. En línea con los resultados de las ediciones anteriores, **la mayor proporción de compañías son las que nacieron con el objetivo de cubrir una necesidad detectada desde el puesto de trabajo anterior (47%)**. Crece el porcentaje de emprendedores motivados por la búsqueda sistemática de oportunidades como base para lanzar la empresa (25%, un 5% más que en 2019). Se mantiene el número de *start-ups* que nacen en universidades y centros tecnológicos respecto 2019.

**Las start-ups de la muestra tienen como objetivo principal cubrir una necesidad del mercado (57%) seguido por hacer crecer la empresa y darle una proyección internacional (32%)**. A destacar que el interés en vender la empresa cuando sea razonable o tener una alternativa de empleo presenta valores poco significativos.

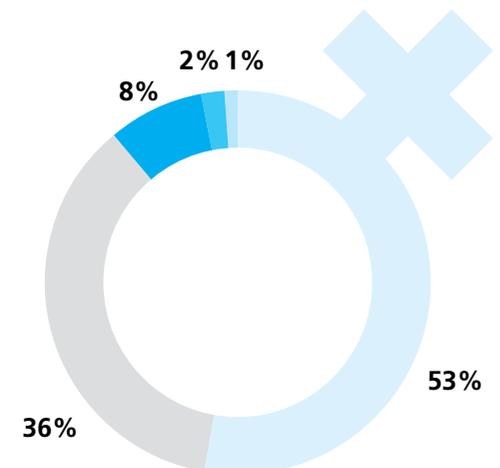
**Número de fundadores por equipo**

1 2 3 4 o más



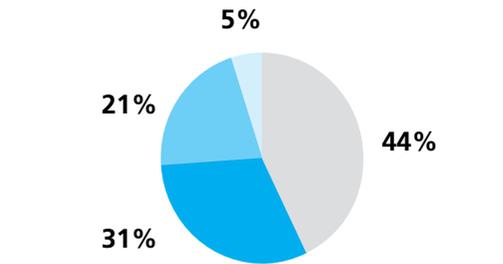
**Número de fundadoras por equipo**

0 1 2 3 4 o más



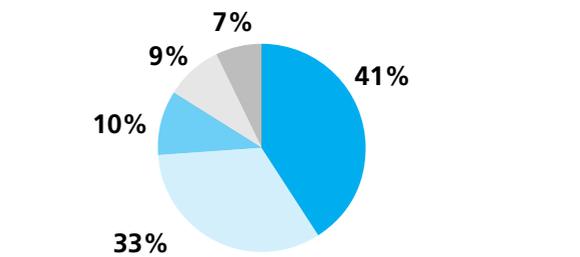
**Experiencia en el sector**

Más de 11 años De 1 a 5 años  
De 6 a 10 años Sin experiencia



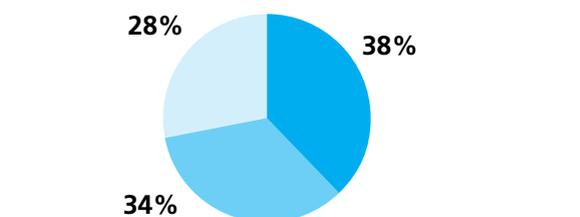
**Formación del equipo fundador**

Master FP Graduado universitario  
Otros Doctorado



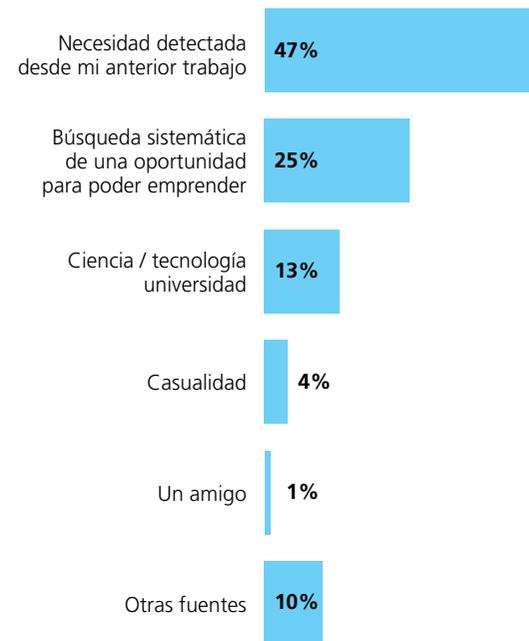
**Experiencias de emprendimiento**

> de 3 Entre 1-3 Es la primera

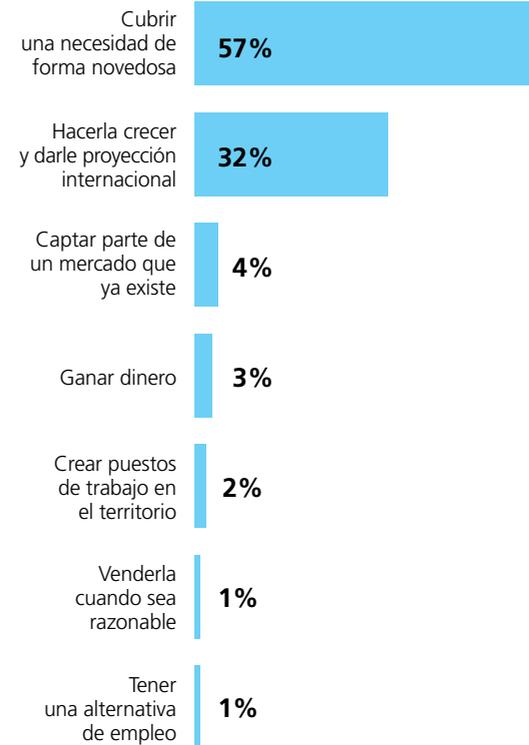


<sup>11</sup> Ver Anexo 4 para referencias.

### Origen de oportunidades



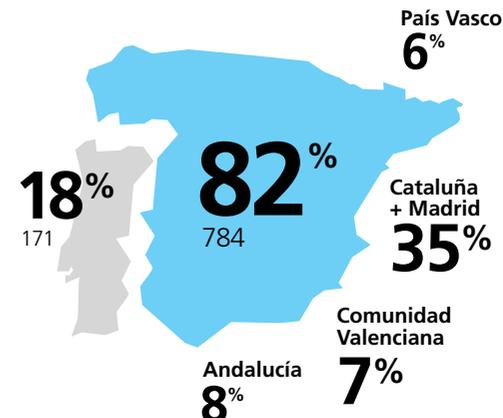
### Objetivo creación empresa



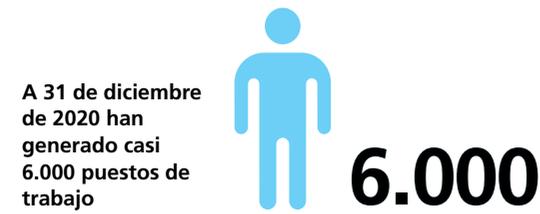
### Perfil de las start-ups Premios EmprendedorXXI



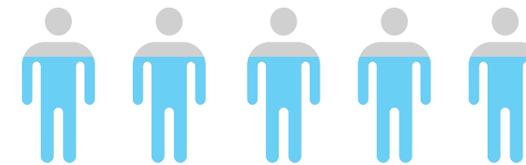
### Distribución geográfica



### Empleo

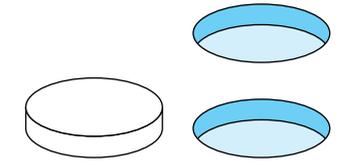


El 64% de las start-ups tiene entre 1 y 5 empleados



### Rentabilidad

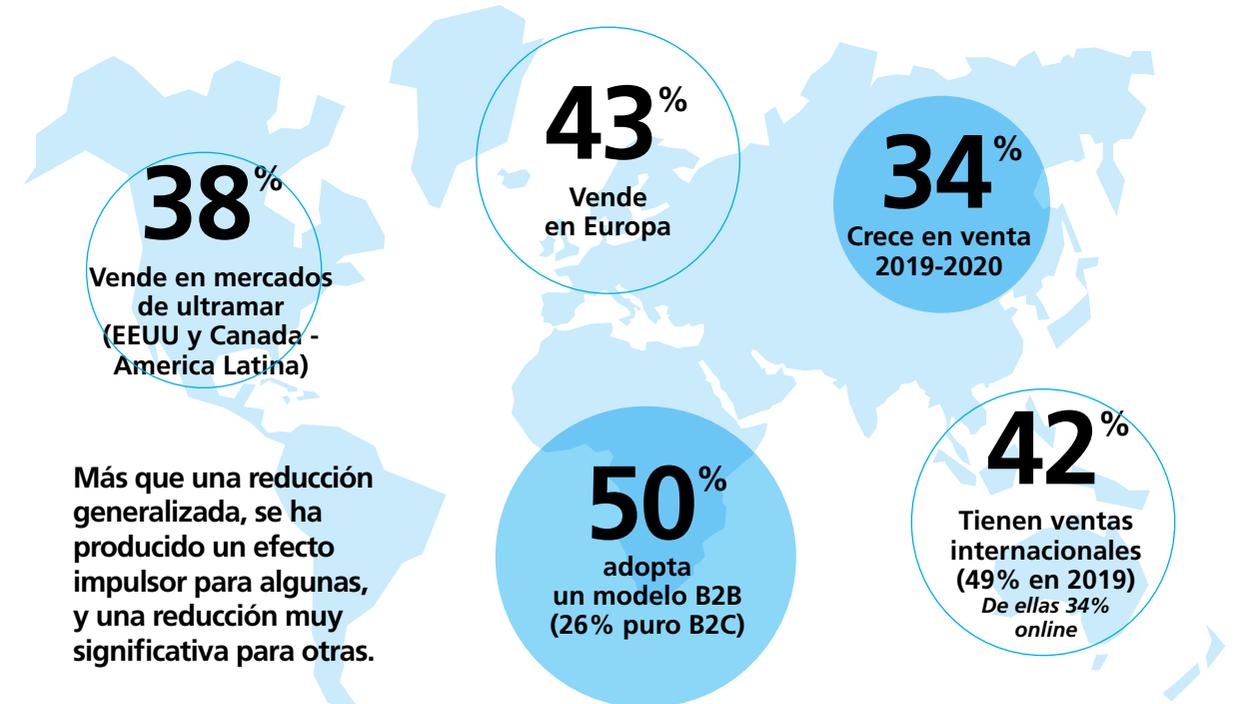
2 de cada 3 no son rentables todavía



El 47% de las start-ups ha tenido una distribución de venta entre 0 y 50.000 € en 2020



### Crecimiento e internacionalización



Más que una reducción generalizada, se ha producido un efecto impulsor para algunas, y una reducción muy significativa para otras.

# Tecnología e innovación

**La digitalización y la tecnología siguen impulsadas por las *start-ups* de Iberia, convirtiéndose como factor de resistencia frente a la crisis. La tecnología propietaria se confirma un año más como el principal diferenciador frente a la competencia.**

La crisis debida a la pandemia ha acelerado unos cambios que ya se estaban produciendo en la sociedad, donde los patrones de demanda del consumidor están cambiando y las empresas necesitan rediseñarse. Un verdadero acelerador de la transformación digital. **En este contexto dinámico, la capacidad de adaptación podría ser un reto para las empresas, pero menos para las *start-ups* debido a sus tamaño y agilidad.** La digitalización se puede convertir entonces como factor de resistencia sobre todo para las *start-ups* que se han formado y crecen en los sectores mayormente afectados por las medidas restrictivas, como la hostelería y el turismo. Los resultados respecto la

tecnología demuestran que las *start-ups* de la muestra han seguido impulsando la digitalización y la tecnología a través de los productos/servicios de estas *start-ups*. Como tecnologías más destacadas, un **18% de las *start-ups* se basan en Software & Plataformas, un 12% en Data Analytics, un 9% en Inteligencia Artificial y un 6% en Internet of Things (IoT).** Estas cuatro categorías agrupan a más del 50% de la muestra. La tendencia se confirma en las Top 100 y se mantiene en línea con las ediciones anteriores. Sin embargo, a pesar de tener claro que la tecnología y el producto son sean claves para seguir activos y hacer frente a la competencia, sorprende que solo

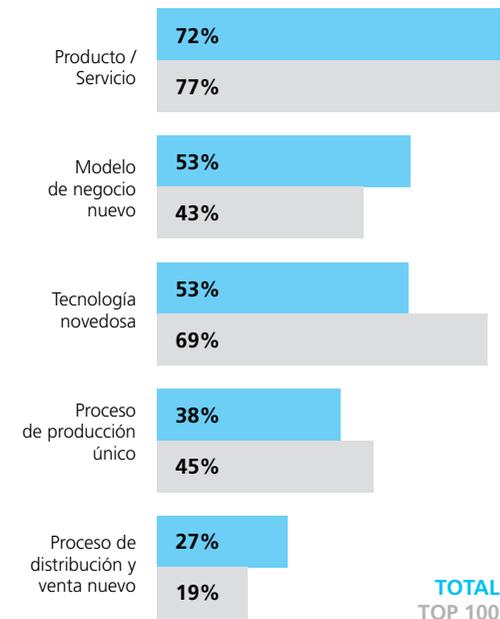
## Tecnologías que más se desarrollan



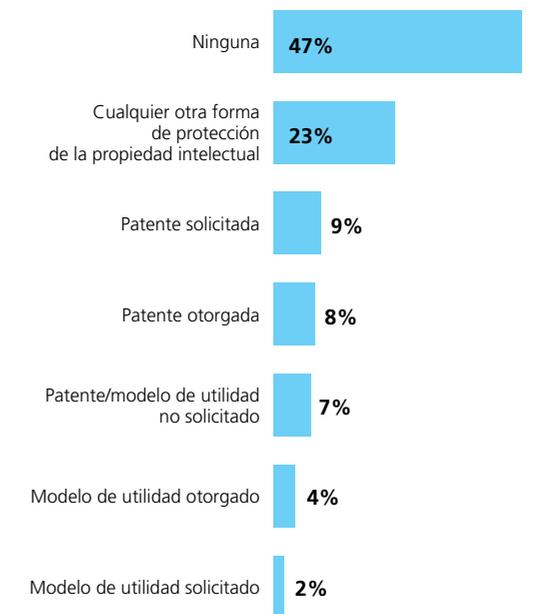
el 53% de las empresas de la muestra recurren a algún tipo de protección de la propiedad intelectual del producto. En el caso de las Top 100 este porcentaje sube hasta el 73%, destacando como posible factor de éxito. De hecho, en lo referente a la innovación, el 72% de las *start-ups* de Iberia se identifican como **innovadoras**

por el producto/servicio que ofrecen en el mercado, seguido por lo innovador en el modelo de negocio (53%) y el uso de una tecnología novedosa (53%). En las Top 100 destaca el origen de la innovación en el producto (77%) y la tecnología novedosa (69%), con menor enfoque en el proceso de distribución y venta respecto a la muestra.

## Principal fuente de innovación de la empresa

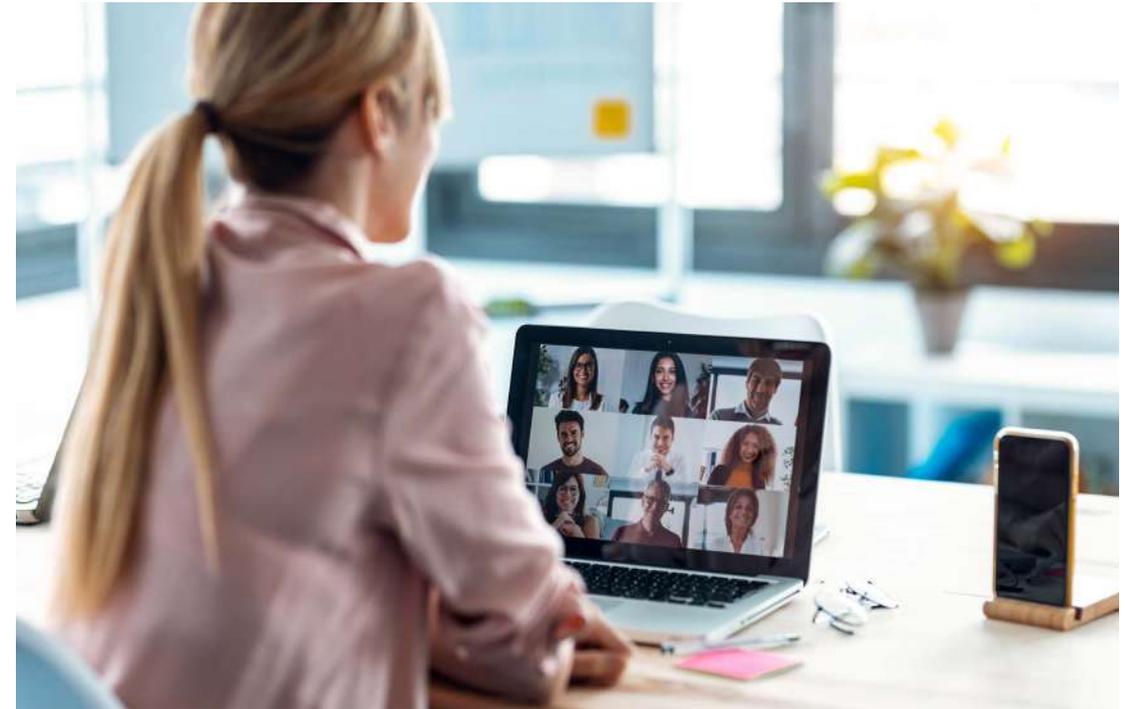


## Estado de protección del activo



# Financiación

**A pesar de la crisis, las *start-ups* de la muestra consiguen tanto levantar más dinero en sus últimas rondas de financiación en comparación con 2019 como aumentar los fondos propios. Sobre todo, las Top 100 son capaces de ganar la confianza de *Business Angels* y *Venture Capital*, mientras aceleradoras e incubadoras se hacen camino como inversores.**



Los indicadores sobre la financiación presentan optimismo, a la luz de casi **91 M € levantados por las *start-ups* en sus últimas rondas de financiación, 14 más que en 2019. Sube el porcentaje de las empresas que han levantado más de 5 M € (16%), subrayando aún más la maduración del sistema**, así como sube en porcentaje de empresas invertidas por *Business Angels* y *Venture*

*Capital*. Las *start-ups* de la muestra presentan un escenario optimista y resiliente comparado con otros estudios directos en analizar la evolución del ecosistema español y la inversión acumulada.<sup>12</sup> Según otros indicadores, en el primer cuatrimestre del 2020, España ha obtenido inversiones totales por 150 M€ menos que el año anterior. Tomando en cuenta el tamaño de las

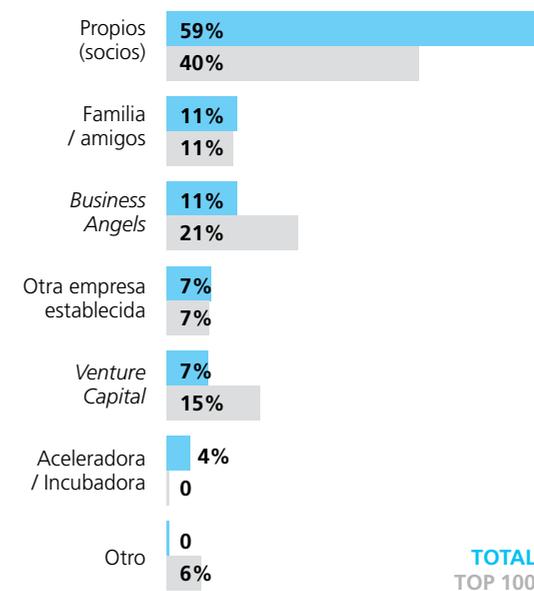
<sup>12</sup> Se hace referencia al estudio presentado por El Referente, StartupsReal en 2020, en el que se analizan las tendencias europeas en los primeros meses de la pandemia (ver Anexo 4).

empresas de la muestra, su resistencia es un éxito. En paralelo, en Portugal se han activado medidas por un valor de hasta 25 M € para salvar las *start-ups* del país. Efectivamente, la representación portuguesa aumenta en la muestra, pero podría ser consecuencia de una tendencia precedente a las medidas, sin encontrar así relación.<sup>13</sup>

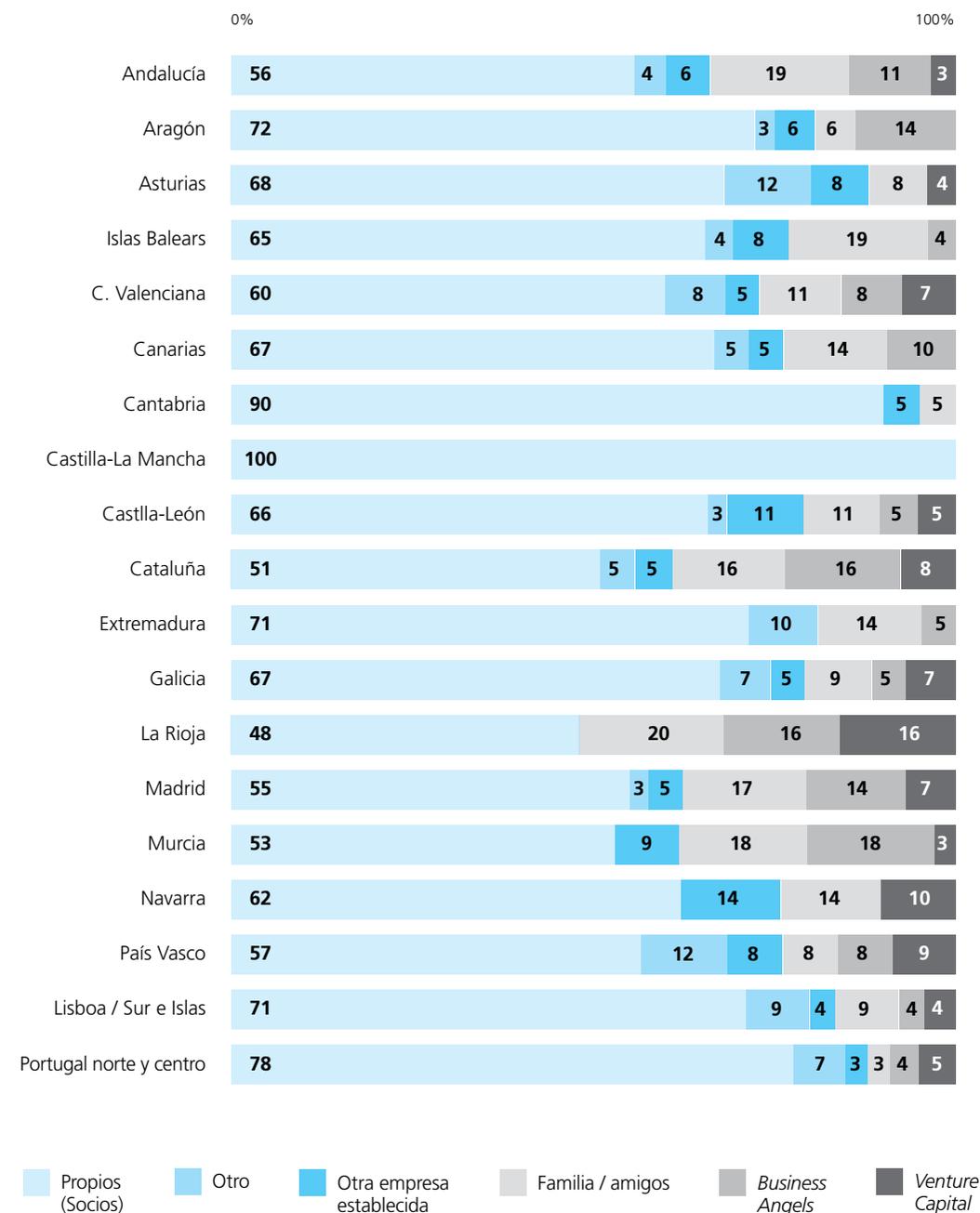
**La financiación sigue proviniendo mayoritariamente (59%) de fondos propios tanto en España como en Portugal,** con un leve incremento respecto a la edición anterior (56% en 2019). Le siguen como fuentes de financiación principales familiares y amigos (11%), *Business Angels* (11%) y *Venture Capital* (7%), que obtienen un leve incremento respecto al año anterior. A pesar del bajo porcentaje en comparación con los otros tipos de inversor, la presencia de aceleradoras e incubadoras en la lista representa una señal de maduración del ecosistema. En las Top 100 el peso de *Business Angels* (21 vs 11%) y *Venture Capital* (15 vs 7%) es superior y disminuye la importancia de los fondos propios (40 vs 59%). El potencial de las Top 100 se confirma en estos últimos datos, que denotan como los inversores confían en mayor medida en estas empresas en sus operaciones de inversión. Cuando se analizan tendencias geográficas, no se observan importantes

diferencias. En Portugal ambas regiones presentan una preponderancia en los fondos propios, al igual que sucede en las comunidades españolas. **Las *start-ups* del hub Barcelona-Madrid son las empresas que tienen los volúmenes de financiación más altos por *Business Angels* y *Venture Capital*.** También aumentan las inversiones por aceleradoras e incubadoras, sobre todo en Cataluña, donde casi dobla al resto de Iberia, confirmándose el efecto *hub* en esta región, con un mayor apoyo para el desarrollo del negocio.

#### Tipos de inversor



## Distribución de origen de financiación por región

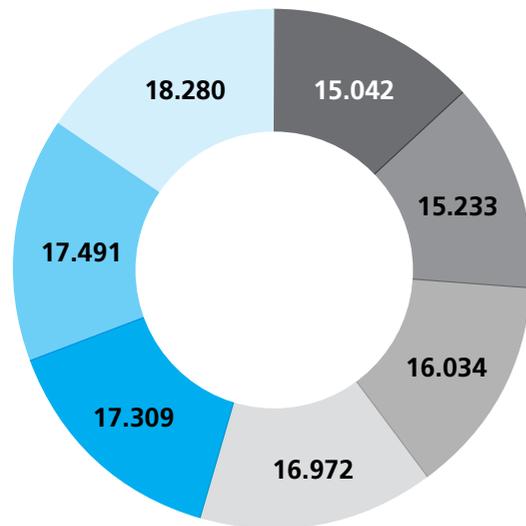


<sup>13</sup> En 2019, Portugal se encontraba seis puntos por delante de España en el Índice Europeo de Innovación.

En 2020, las *start-ups* registran un consumo medio de caja superior a 12 mil euros mensuales. Al analizar las áreas con una mayor concentración de *start-ups*, la Comunidad Valenciana y Madrid presentan las medias más elevadas.

### Media consumo mensual de caja 2020

- C. Valenciana
- Andalucía
- Lisboa / Sur e islas
- Porto / norte y centro
- Madrid
- Cataluña
- País Vasco



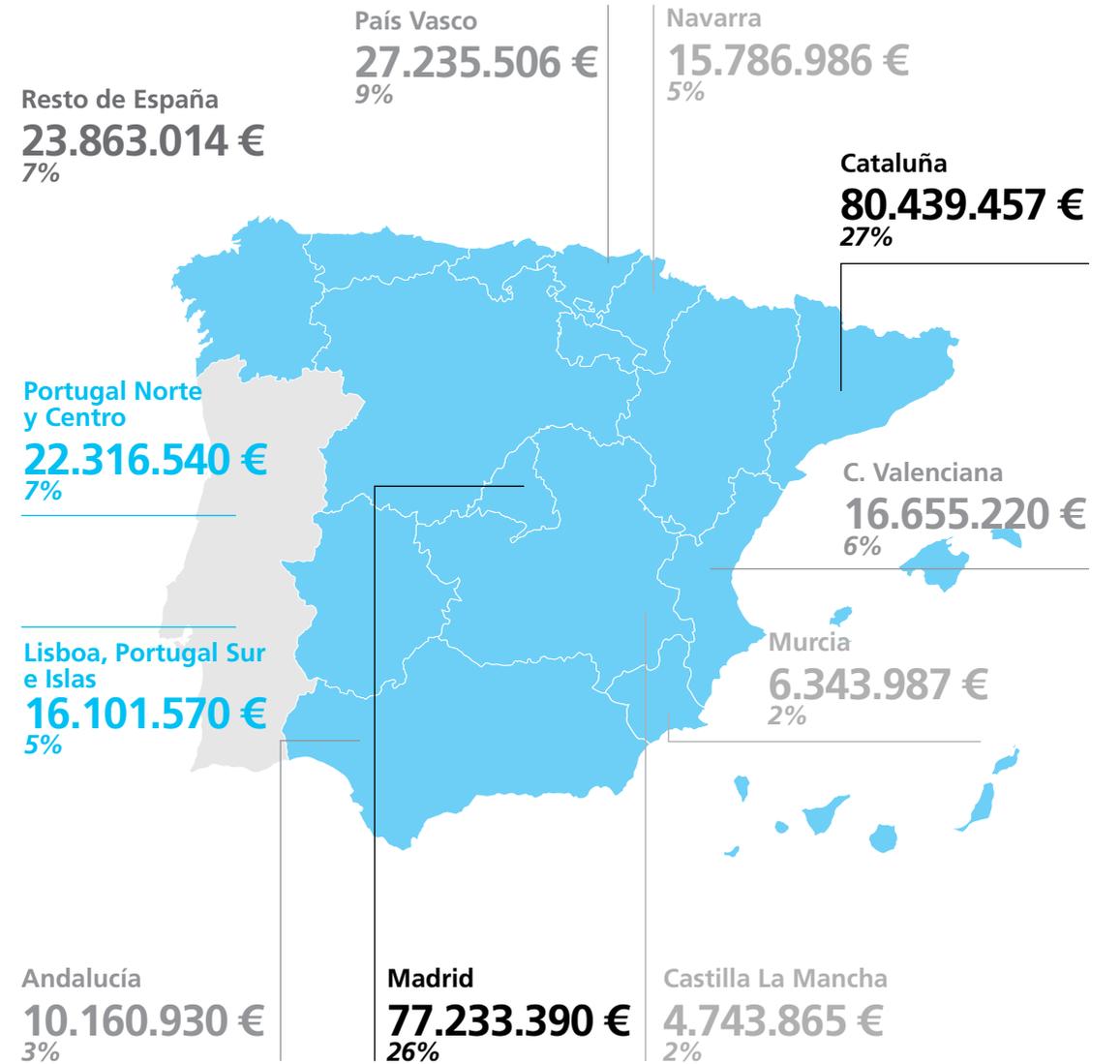
En total, las *start-ups* han levantado más de 300 M €. Cataluña y Madrid son las comunidades con mayor financiación levantada, que alcanza el 52% del total (157 M €). Con un incremento notable respecto a la edición anterior, sube el porcentaje de las empresas que han levantado más de 5 M € (16%), subrayando aún más la maduración del sistema.

Entre las Top 100 se consiguen mayores cantidades de financiación de capital. El 39% ha levantado entre 250 mil euros y 5 M €, con un promedio total de muestra que supera los 156 mil euros. A destacar los valores promedio que presentan Madrid y Cataluña con valores de 410 mil y 320 mil euros respectivamente, con el efecto *hub* de nuevo presente.

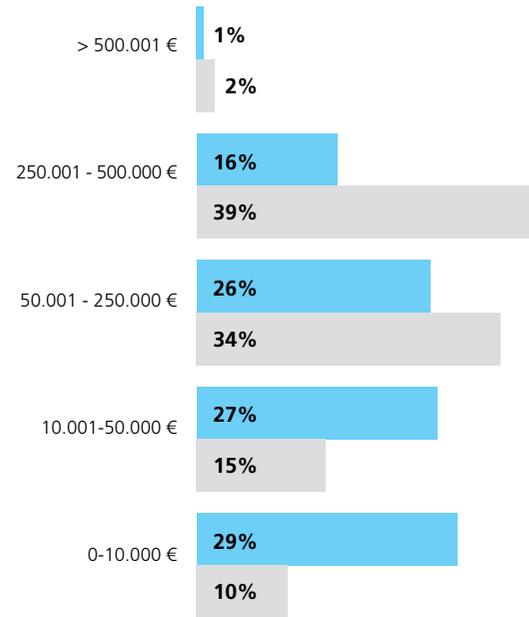
Esta misma tendencia se confirma en la financiación de tipo bancario, que alcanza un promedio total superior a los 156 mil euros. Al analizar las regiones con mayor representación, País Vasco y la Comunidad Valenciana han recibido cantidades superiores, con un promedio de 192 mil y 162 mil euros respectivamente. El 32% de las Top 100 tiene préstamos bancarios entre 250 mil y 500 mil euros, comparado con solo el 12% de la muestra. De hecho, la mayoría de las *start-ups* analizadas ha conseguido entre 10 y 50 mil euros a través de esta fuente (36%).

## Financiación levantada por región

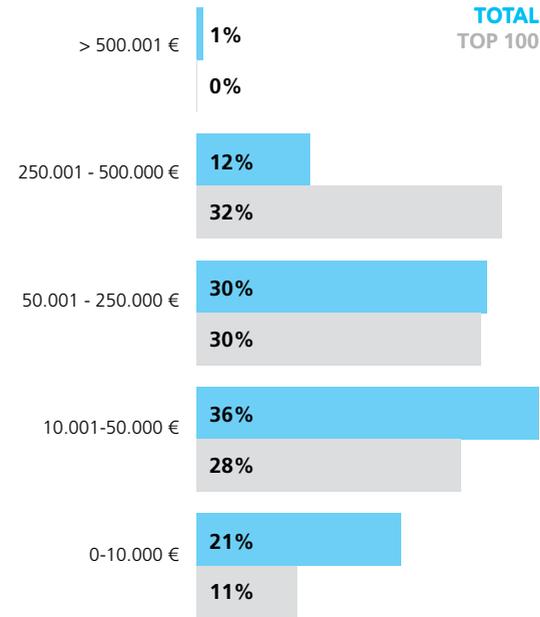
(Total 300.880.463€)



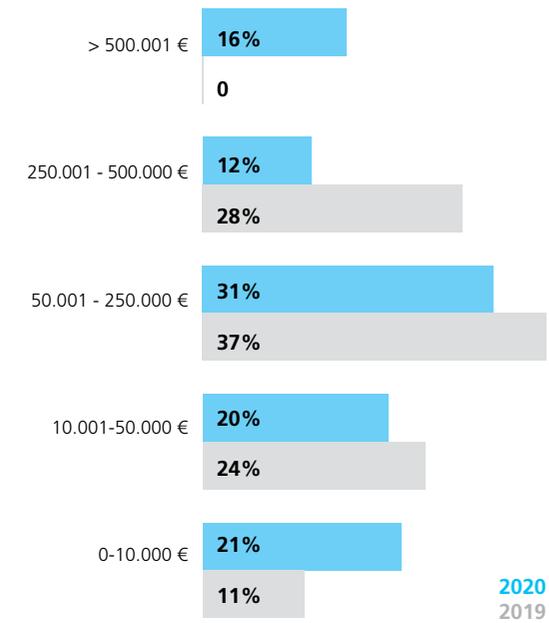
### Financiación de capital



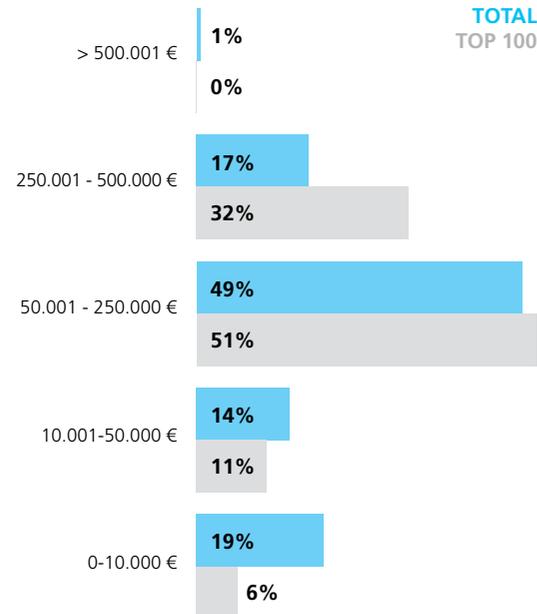
### Total financiación bancaria



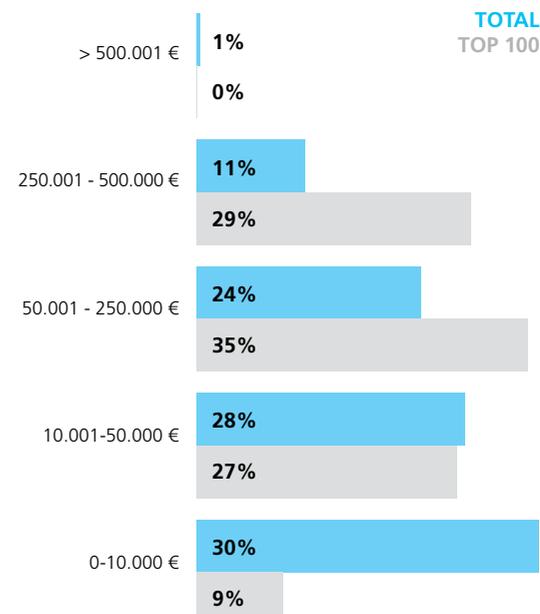
### Financiación total obtenida



### Total financiación pública

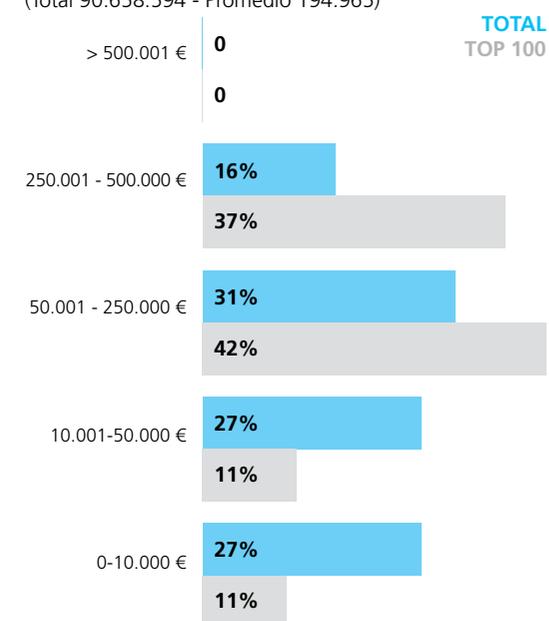


### Total subvenciones y premios



### Última ronda financiación

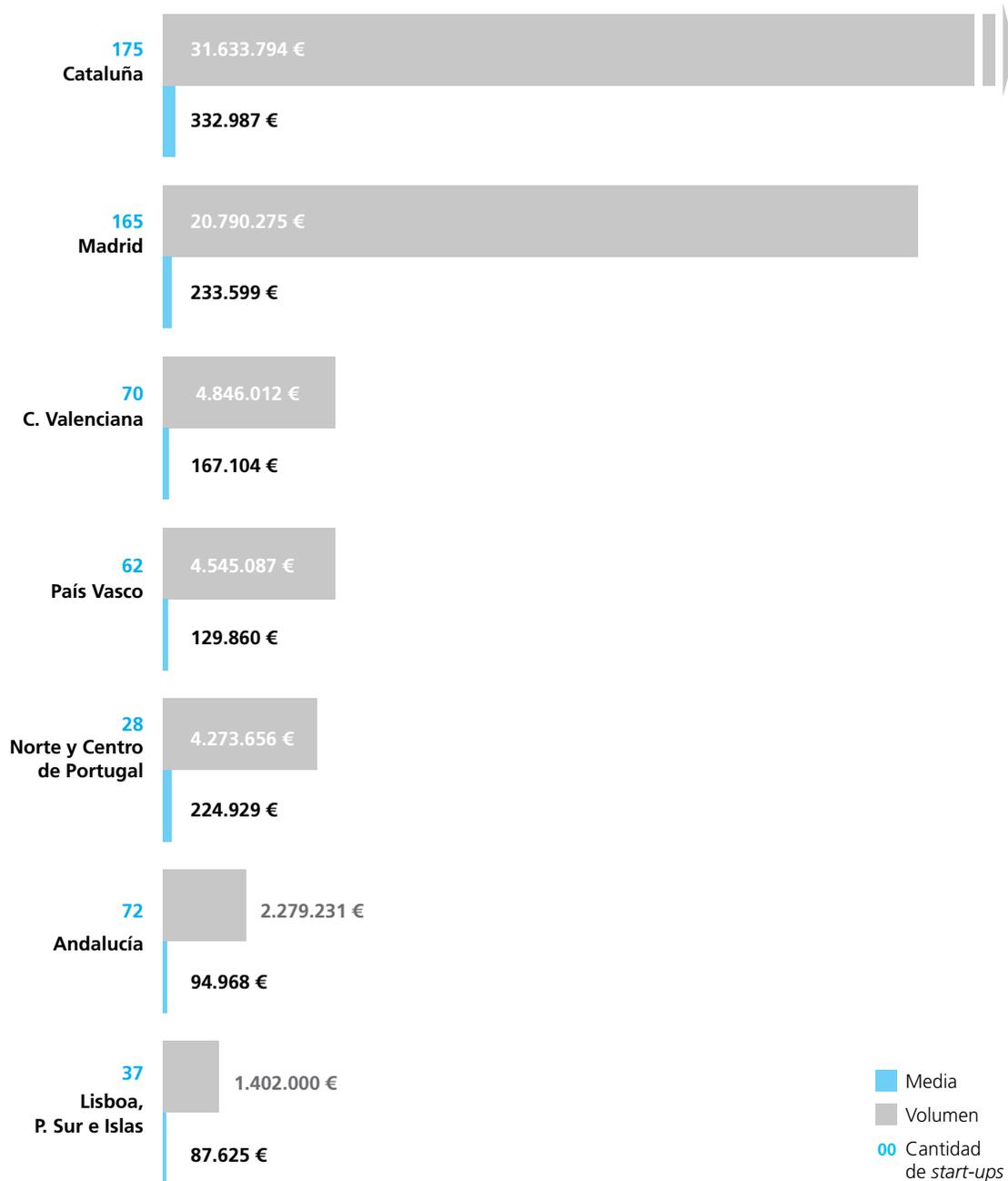
(Total 90.658.594 - Promedio 194.965)



Por contraste, solo el 36% de la muestra consiguió subvenciones y premios superiores a 50 mil euros, frente al 64% de las Top 100. Esta misma tendencia se confirma para la financiación pública entre las Top 100, que consiguen cantidades superiores respecto al resto de la muestra.

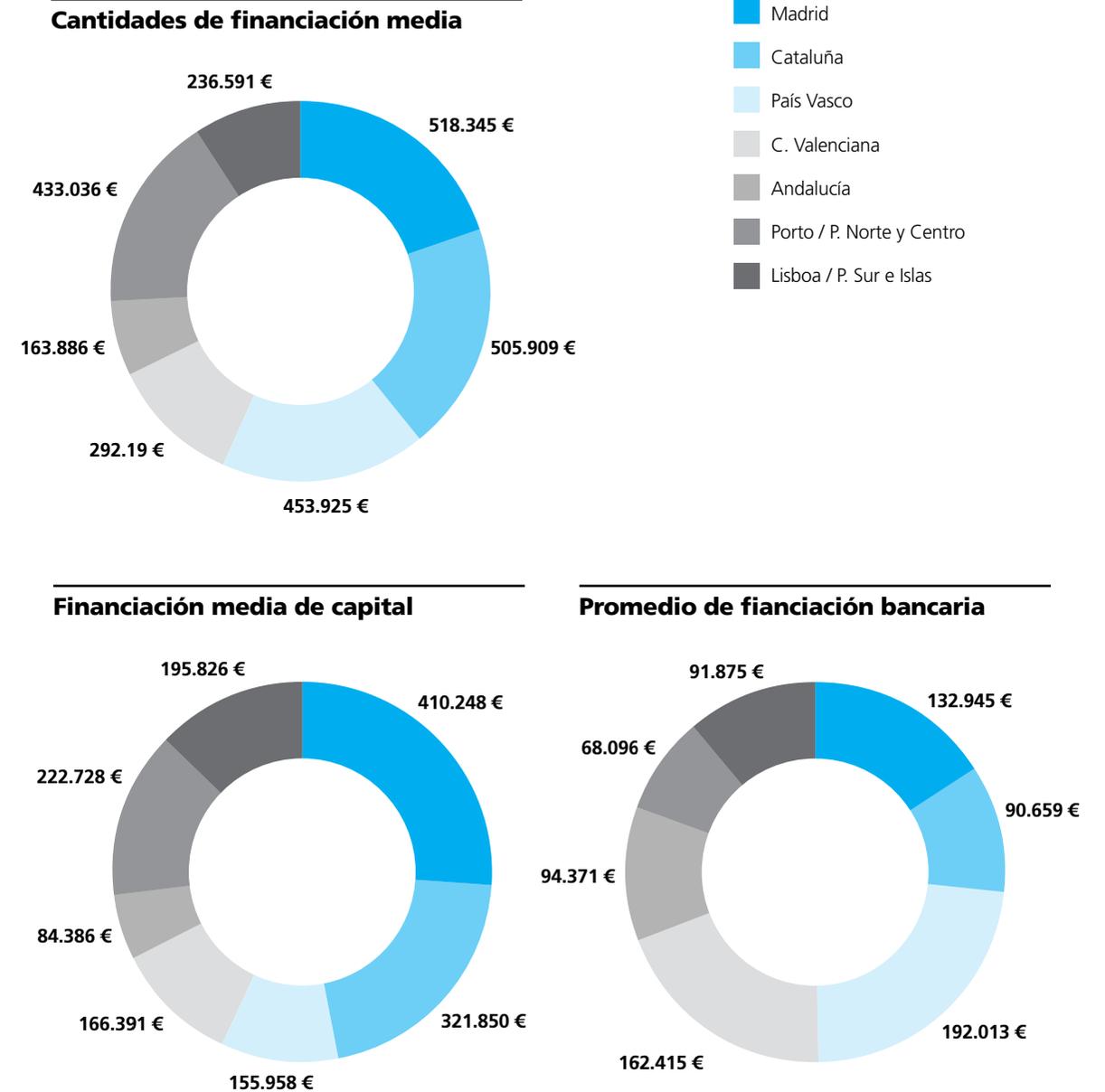
En sus últimas rondas de financiación entre 2019 y 2020, las *start-ups* de la muestra han levantado un importe total de casi 91 M €, con una media de 194 mil euros. El dato demuestra un crecimiento importante en comparación con 2019, cuando se registró un total de 77 M € en la última ronda. Cataluña y Madrid se confirman las regiones con mayor volumen levantado. Sin embargo, las medias bajan en todas las regiones. Destaca el caso de las Top 100, donde las cantidades obtenidas por empresa han sido superiores. Más del doble (37%) de las empresas con más éxito han conseguido entre 250 mil y 5 M €. Las *start-ups* portuguesas muestran pasos adelante, casi doblando el número de *start-ups* que han levantado una última ronda en 2020 (+22 en Lisboa, Sur e Islas, +10 en el Norte y Centro comparado con 2019).

## Última ronda de financiación (2019-2020) de las principales regiones de Iberia.



## Financiación de las principales regiones, datos medios por empresa

Número de empresas / porcentaje sobre el total regional



# Retos y palancas del futuro

Al analizar la evolución desde 2019, el reto principal al que las *start-ups* se enfrentan es conseguir ser resilientes en el escenario competitivo actual. Y por tanto, la financiación se convierte en prioridad. Se podría interpretar este indicador de dos maneras. Por un lado, como consecuencia directa de la incertidumbre que ha marcado este último año, por el otro, como resultado del aumento de conciencia que, para escalar, es necesario tener suficientes recursos tanto personales como tecnológicos.

**Conseguir financiación (70%), desarrollar nuevos segmentos de clientes (59%) y disponer del talento adecuado (56%) son los aspectos**

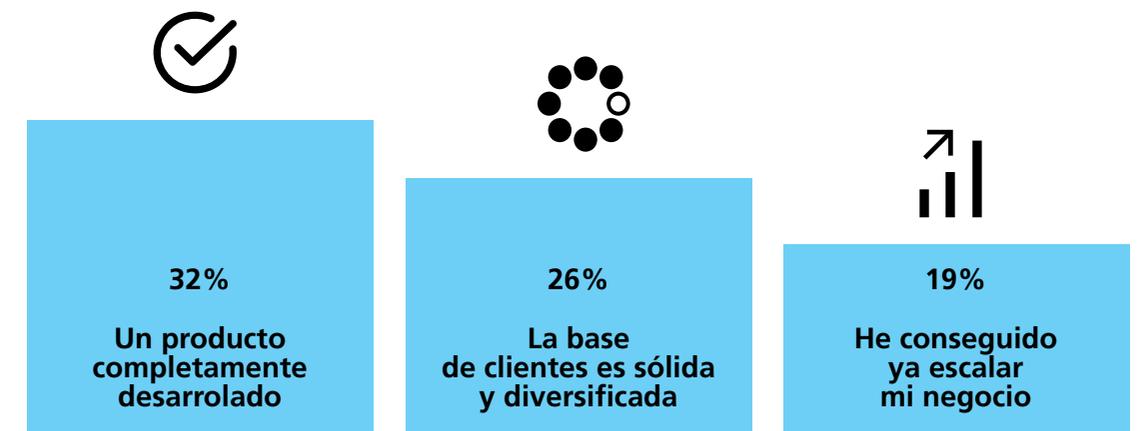
**que más les preocupan para el futuro próximo.** En resumen, nos encontramos antes *start-ups* con equipos fundadores cautelosos, que buscan tener una base sólida de capital y abiertos a ampliar su target final. La atracción de talento sigue siendo un elemento crítico para poder seguir impulsando el crecimiento de estas empresas.

Un tercio de la muestra dispone de un producto completamente desarrollado y está escalando su negocio, confirmando nuevamente no solo la calidad de las empresas sino también su madurez frente al futuro. La mayoría de estas se encuentran en Cataluña y Madrid, donde se demuestra que el efecto *hub* sigue impulsando.

## Retos



## Hitos



Este informe pretende apuntar algunos rasgos significativos de la muestra de *start-ups* que recogen los Premios EmprendedorXXI. Las consecuencias que la pandemia ha tenido en la economía española y portuguesa son evidentes, pero las *start-ups* han logrado salir adelante haciendo frente a un entorno

complejo y desafiante. El ecosistema en Iberia se confirma con potencial de alto impacto, optimista hacia el futuro y con equipos más expertos, aunque, el reto de género sigue presente, así como interiorizar la importancia de la propiedad intelectual para proteger productos y servicios frente a la competencia.

# Anexo 1: Metodología de análisis

El estudio está basado en los datos cuantitativos y cualitativos de 955 *start-ups*<sup>14</sup> que se han presentado a los Premios EmprendedorXXI en su 14ª edición.

La información se ha recogido entre noviembre y diciembre de 2020 utilizando como medio un cuestionario digital diseñado específicamente para este proyecto<sup>15</sup>. El equipo emprendedor es el que reporta la información, y el equipo de los Premios EmprendedorXXI hace el seguimiento para asegurar la integridad de la información. El cuestionario está compuesto por preguntas cerradas, preguntas que permiten evaluaciones según escala de Likert<sup>16</sup> y preguntas abiertas donde los equipos emprendedores pueden ampliar su información<sup>17</sup>. Además, se ha contado con documentos de las empresas (plan de negocio) para poder contrastar la información que se reportaba en la encuesta.

Se han realizado subsecuentes fases de tratamiento de la muestra para su análisis. En primer lugar, se han revisado y corregido las contestaciones que no parecían consistentes (ventas negativas, utilización de signos, etc.). Con ello, se ha llegado a una base de datos con el mayor número de observaciones posibles. No todas las empresas han contestado a todas las preguntas. Por ello en los análisis se indica siempre a la muestra a la que se refieren los resultados

presentados. En segundo lugar, se han desarrollado una serie de variables secundarias que permiten definir algunas características importantes de la empresa a partir de varios datos recogidos. Por ejemplo, una variable que representa la calidad del equipo emprendedor, la novedad del modelo de negocio o el tipo de estructura de mercado en la que compete, entre otras.

En tercer lugar, se han codificado las contestaciones cualitativas. Para ello, se ha utilizado un equipo de 3 investigadores, que han codificado las variables de forma independiente para luego triangular la información. Si había consenso se aceptaba la codificación como buena. Si no era así se discutía hasta llegar a una opinión conjunta.

Finalmente, el tratamiento estadístico de los datos se ha hecho con Stata15.

Para buscar un marco de comparación de los resultados, se ha realizado una revisión de la literatura y de estudios sobre *start-ups* publicados en los últimos años por diversas entidades europeas (ver referencias). Las *start-ups* que forman parte de este estudio son en media más jóvenes que el resto de los estudios referenciados, por las restricciones en la participación en el concurso (deben ser empresas que han iniciado su actividad a partir del 2017).

<sup>14</sup> Según otros estudios, esta muestra supone alrededor de un 25% aproximadamente de la población de *start-ups* en el año 2020 en España y Portugal. Muestras utilizadas para buscar comparativas razonables: Atómico- 7.332, Accio 2019-1500 *start-ups* en Cataluña, Guía de innovación y *start-ups* de Madrid -más de 1000 *start-ups* activas. Se incluyen referencias al GEM Global Report 2019/2020. Para otras referencias utilizadas ver el Anexo 4.

<sup>15</sup> El proyecto está en su tercera edición. El cuestionario ha modificado levemente en su contenido, pero si se ha revisado la formulación de las preguntas para facilitar la comprensión y evitar interpretaciones diversas.

<sup>16</sup> La escala de Likert es un método de medición utilizado por los investigadores con el objetivo de evaluar la opinión y actitudes de las personas.

<sup>17</sup> El cuestionario está disponible para su inspección a través de los autores del estudio.

# Anexo 2: Criterios de valoración para identificar a las Top 100

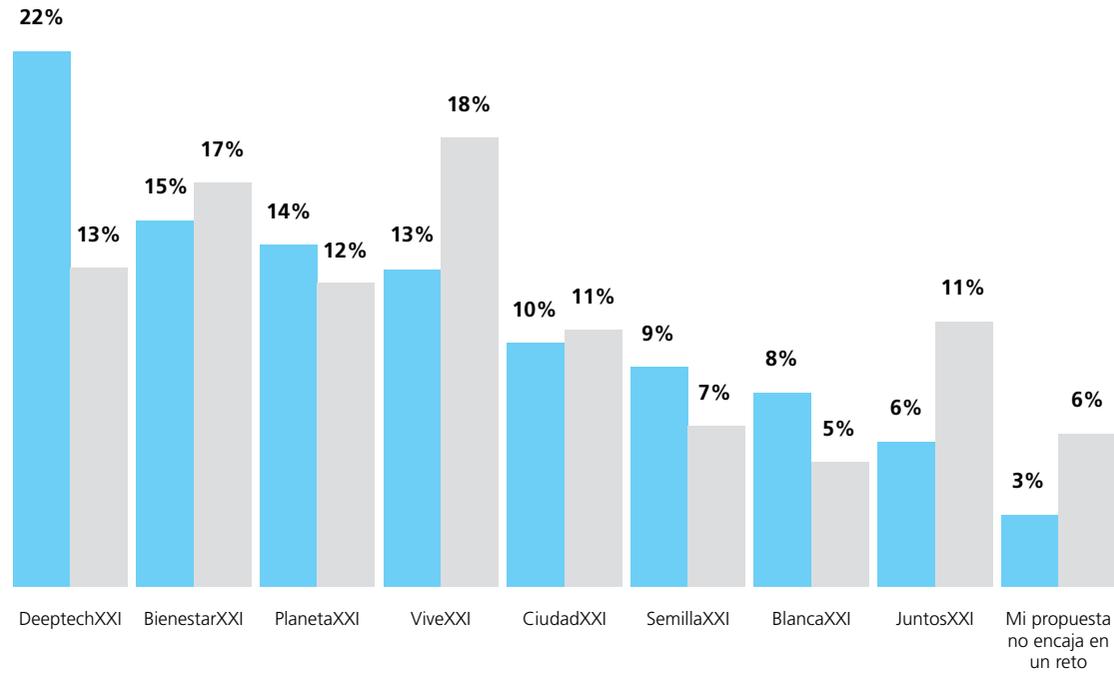
Criterio		Subcriterio
Equipo	25%	<ul style="list-style-type: none"> <li>Liderazgo de equipo</li> <li>Adecuación de la experiencia y formación del equipo a las necesidades del negocio</li> <li>Completitud del equipo y capacidad de atraer talento</li> <li>Motivación</li> <li>Compromiso, dedicación y riesgo asumido por el equipo emprendedor</li> </ul>
Análisis del modelo de negocio	15%	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cadena de valor</li> <li>Monetización del modelo de negocio</li> <li>Análisis de la competencia</li> <li>Capacidad para conseguir clientes</li> <li>Plan comercial y de márketing</li> <li>Coherencia interna e histórica de las proyecciones financieras</li> <li>Potencial y capacidad de internacionalización</li> <li>Adecuado dimensionamiento de los recursos necesarios (RRHH, proveedores, instalaciones, <i>stock</i>, etc.) y definición de plan comercial y márketing</li> </ul>
Ambición	20%	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tamaño y proyección de crecimiento del mercado accesible</li> <li>Competencia existente y esperable</li> <li>Margen bruto esperable</li> <li>Escalabilidad</li> <li>Generación de puestos de trabajo (2 años vista)</li> <li>Ambición y solidez de las proyecciones de ventas</li> <li>Alianzas o <i>Partnerships</i></li> <li>Concentración de clientes</li> </ul>
Innovación	20%	<ul style="list-style-type: none"> <li>Grado de innovación del producto o servicio</li> <li>Fase de desarrollo del producto o servicio y <i>Time to market</i></li> <li>Análisis adecuado de las necesidades del cliente</li> <li>Ventajas competitivas y barreras de entrada</li> <li>Posicionamiento respecto la competencia</li> </ul>
Financiación, Facturación y <i>Performance</i>	20%	<ul style="list-style-type: none"> <li>Facturación 2018</li> <li>Financiación conseguida</li> <li><i>Performance</i> (resultados obtenidos respecto a recursos empleados)</li> <li>Capacidad/ probabilidad de disponer de los recursos necesarios para implementar el plan de negocio</li> <li>Fondos Propios</li> <li>Composición del accionariado</li> </ul>

# Anexo 3: Definición de los grupos sectoriales y resultados

RETO	Se incluyen soluciones:
CIUDADXXI	Se incluyen soluciones para hacer de las ciudades y pueblos donde vivimos lugares más sostenibles, seguros y conectados.
VIVEXXI	Se incluyen soluciones que ayudan a la reactivación del sector hotelero/ restauración/turismo/ocio, nuevos modelos de negocio y apoyo a su digitalización.
BIENESTARXXI	Se incluyen soluciones que ayudan a mejorar la salud de los ciudadanos en general.
SEMILLAXXI	Se incluyen soluciones tecnológicas relacionadas con la producción agropecuaria, la tecnología y productos para la industria agroalimentaria y la transformación y elaboración de productos agrícolas y alimentarios para establecer una producción más eficiente, efectiva, sostenible en la industria alimentaria y agrícola.
PLANETAXXI	Se incluyen soluciones que fomentan la sostenibilidad medioambiental con el fin de apostar por un planeta mejor para las generaciones más jóvenes.
BANCAXXI	Se incluyen soluciones para crear un nuevo modelo de banca más cercana al cliente.
JUNTOSXXI	Se incluyen soluciones tecnológicas con el objetivo de incrementar el desarrollo sostenible y su impacto positivo en la sociedad.
DEEPTCHXXI	Se incluyen soluciones pensadas en aumentar la competitividad de la industria gracias a la ciencia y la transferencia tecnológica.

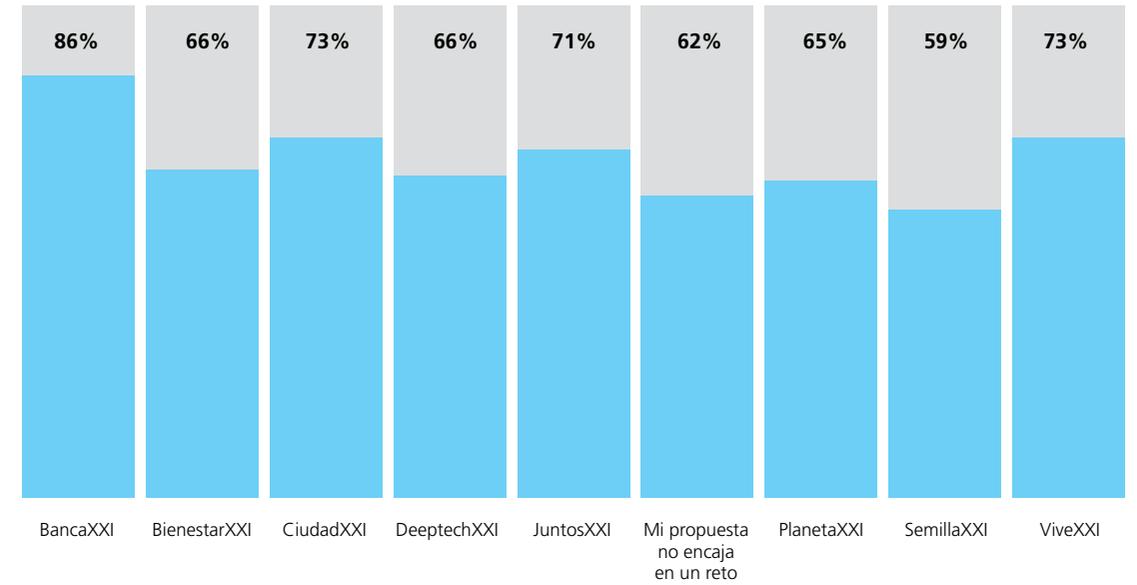
### Distribución de la muestra por grupos sectoriales

TOTAL TOP 100



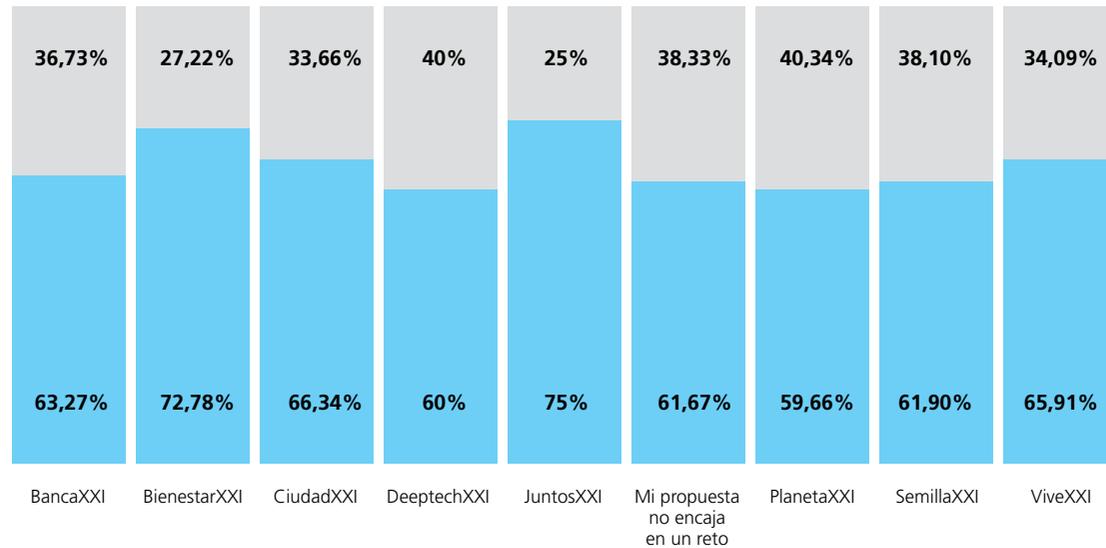
### % EBITDA positivo por grupos sectoriales

NO SI



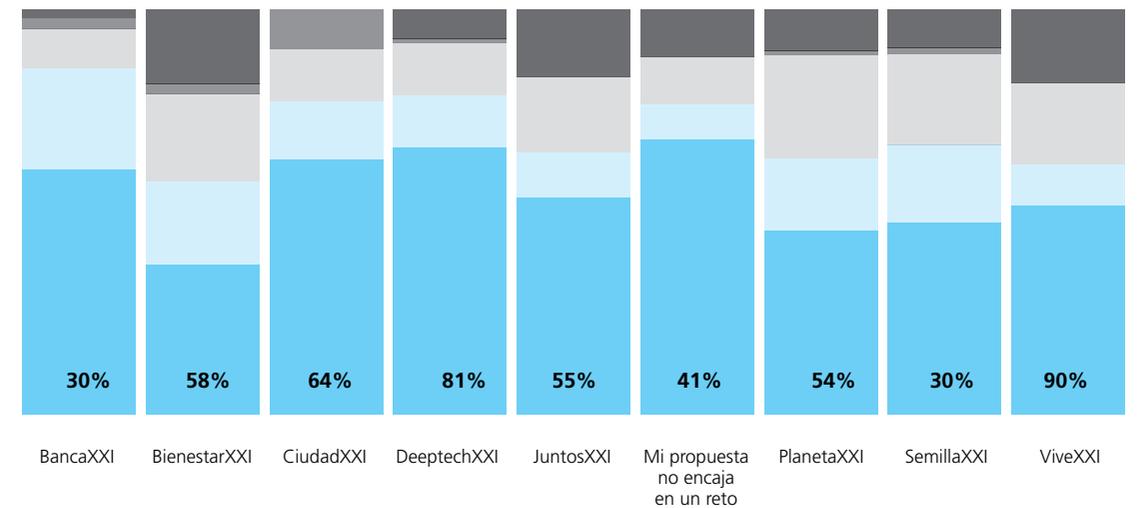
### Distribución crecimiento en ventas 19-20 por grupos

NO SI



### Presencia de mujeres por grupos sectoriales

0% 1-33% 33-66% 66-99% 100%



# Anexo 4:

## Referencias

- *Barómetro de emprendimiento en España*. Ontsi, Red.es (2019 y 2020).
- *COVID-19 mitigation measures by - international edition*. LocalGlobe, Latitude, European Startups (2020).
- *Datos y Cifras del Sistema Universitario Español*. Ministerio de Educación y Formación Profesional (2015-2020).
- *Distribución porcentual de los activos por sector económico y provincia*. INE Instituto Nacional de Estadística (2021).
- *Entrepreneurship at a Glance 2018*. OCDE (2018).
- *Estudio: Impacto económico. Covid-19 en* . Wayra, Telefonica (2020).
- *EU Startup Monitor 2018*. European Commission (2019).
- *European Private Equity Activity 2019. Invest Europe (2020)*.
- *European Startup Monitor 2019/2020*. ESM (2020).
- *GEM 2018 / 2019 Global Report*. GEM (2019).
- *GEM 2019 / 2020 Global Report*. GEM (2020).
- *Global Entrepreneurship Monitor. Informe GEM España*. GEM (2019).
- *Global Startup Ecosystem Report 2020*. Startup Genome (2020).
- *Guía de Innovación y de Madrid*. Foro de Empresas Madrid (2020).
- *Impact of Covid-19 in the European Business and the Idea to Re-energise the Economy*. Kalogiannidis, Stavros & Chatzitheodoridis, Fotis. International Journal of Financial Research (2021).
- *Informe Business Angels 2020*. La inversión en *start-ups*: actividad y tendencias. AEBAN (2020).
- *Inversión en en España en 2017*. La visión del *Venture Capital*. DayOne CaixaBank, ASCRI (2017).
- *Mapa del Emprendimiento, South Summit Innovation is Business 2019*. Spain Startup South Summit, IE University (2019).
- *Mujeres en estudios STEM en España*. Colegio de Ingenieros Técnicos de Obras Publicas (2020).
- *OECD Manual on Business Demography Statistics*. Eurostat (2007).
- *OECD Patent Statistics Manual*. Eurostat (2009).
- *Organización Internacional del Trabajo, base de datos de Indicadores principales sobre el mercado laboral*. Banco Mundial (2021).
- *Performance of the agriculture sector – Spain and Portugal*. Eurostat (2021).
- *She Figures 2015*. European Commission (2016).
- *She Figures 2018*. European Commission (2019).
- *Startup Ecosystem Overview 2019*. Mobile World Capital Barcelona (2019).
- *State of European Tech 2020*. Atomico (2021).
- *The Evolution of investment in Spain 2019-2020*. StartupsReal (2020).
- *Who is the Entrepreneur? Race and Ethnicity, Age, and Immigration Trends Among New Entrepreneurs in the United States, 1996-2019*. Ewing Marion Kaufmann Foundation (2020).
- *Women Entrepreneurs*. Startup Heatmap Europe (2020).

 **PREMIOS  
EMPREENDEDOR  
XXI**

Co-otorgados por



Con el apoyo de





***Hoy y siempre con las  
compañías innovadoras***