

Se enmarca en la iniciativa ‘Observatorio DayOne de start-ups en Iberia’ lanzada por CaixaBank

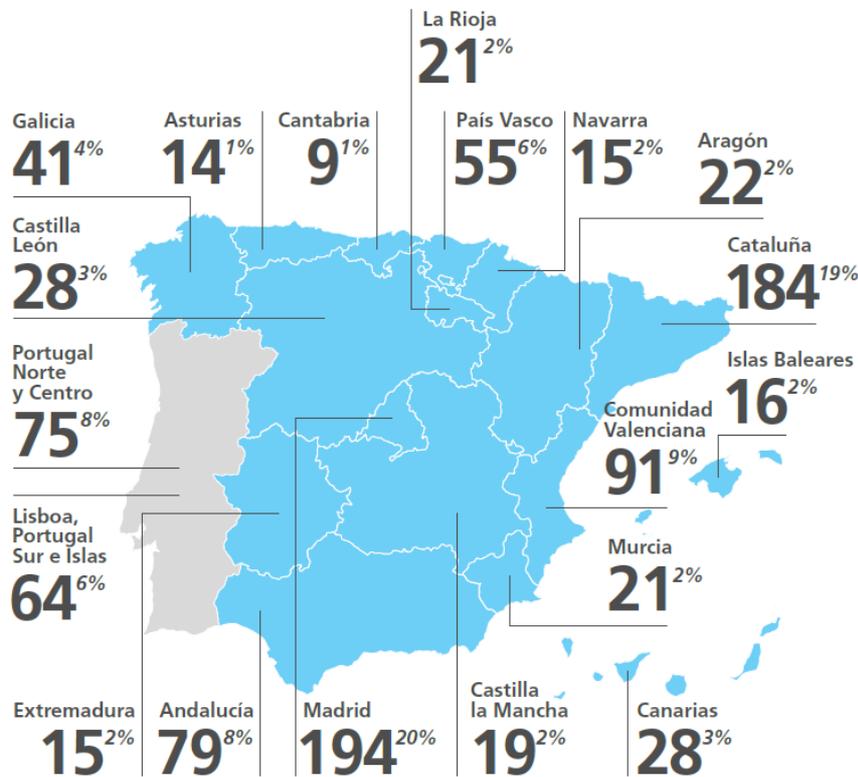
## CaixaBank e IESE Business Business School presentan el primer estudio sobre el ecosistema emprendedor en España y Portugal

- **Tres de cada cinco “start-ups” de España y Portugal crecen a tres dígitos, con un incremento medio de facturación anual del 196%, y generan 7.000 puestos de trabajo.**
- **El estudio concluye que las “start-ups” han conseguido más de 700 millones de euros en financiación en los últimos dos años, de los que casi 500 millones son de capital.**
- **Las nuevas “start-ups” son cada vez más internacionales: casi la mitad ya vende a nivel internacional, cuando el año anterior solo lo hacían un 37%.**
- **Este estudio, que se actualizará anualmente para tener una visión panorámica y más global de este colectivo, se basa en los datos de las 993 empresas que han participado en la 13ª edición de los Premios EmprendedorXXI.**

Barcelona. 14 de julio de 2020

Tres de cada cinco *start-ups* de España y Portugal crecen a tres dígitos, con un incremento medio entre 2018-2019 del 196%. Conjuntamente, todas ellas generan casi 7.000 puestos de trabajo y su propuesta se basa en un producto o servicio nuevo y un modelo de negocio innovador.

Estas son algunas de las conclusiones que se desprenden del primer estudio del “Observatorio DayOne de *start-ups* en Iberia”, iniciativa que ha lanzado CaixaBank, a través de su división especializada para empresas de tecnología, innovación y sus inversores, DayOne. El objetivo de este proyecto es analizar y divulgar información las necesidades y las tendencias relacionadas del tejido emprendedor en España y Portugal.

**Distribución de *start-ups* por región (2019)**


Con la colaboración de la escuela de dirección de empresas IESE, CaixaBank ha impulsado el análisis de los perfiles de la nueva generación de *start-ups* en España y Portugal, a partir de los datos de las 993 empresas que han participado en la edición 2020 de los Premios EmprendedorXXI, una consolidada convocatoria para empresas de nueva creación (con menos de dos años en el mercado) que este año ha alcanzado su 13ª edición. La amplia participación y la información compartida por las empresas suponen una muestra relevante del funcionamiento, estructura y actividad de las *start-ups* españolas y portuguesas.

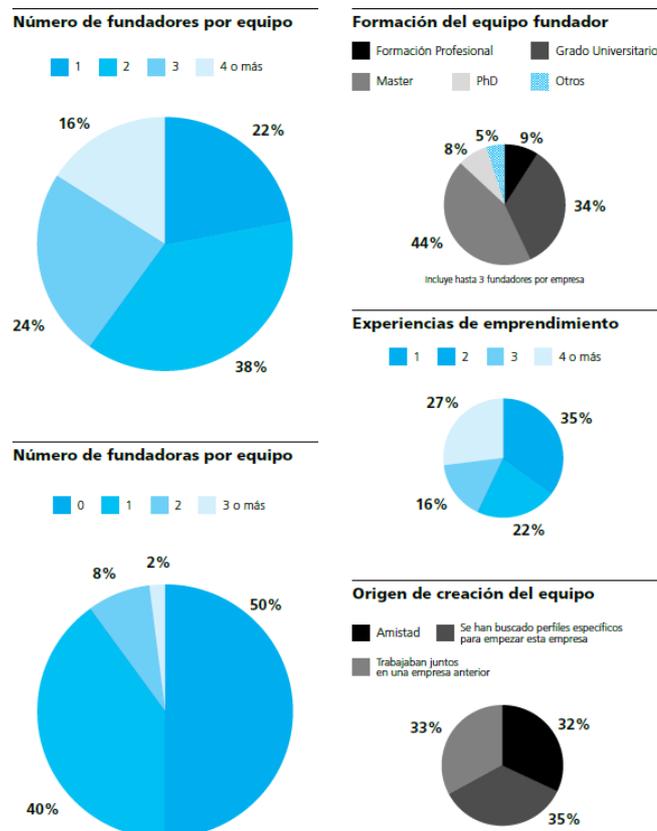
**Ana Díez Fontana**, directora ejecutiva de Negocios y emprendedores de CaixaBank, y **Mª Julia Prats**, profesora de Emprendimiento de IESE Business School, han presentado las conclusiones de este estudio.

Tal y como ha destacado **Ana Díez Fontana**, “tenemos el objetivo de actualizar anualmente el estudio del perfil del emprendedor para tener una visión panorámica y más global de este colectivo. De esta forma, pretendemos 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”.

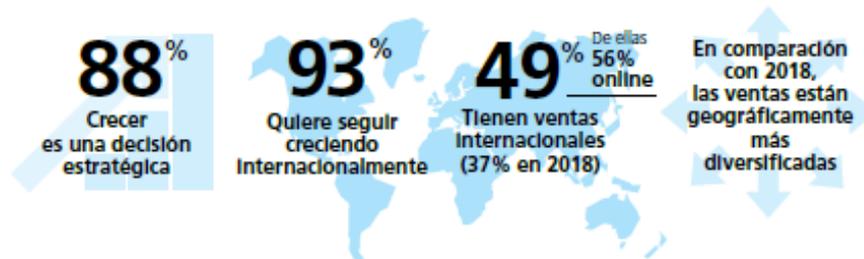
## Equipos sólidos, ventas internacionales y necesidades de financiación

Según ha señalado **M<sup>a</sup> Julia Prats**, “el análisis realizado con los datos de 2020 arroja conclusiones sobre la composición de los equipos de las *start-ups* y sus motivaciones, las estructuras de financiación, los modelos de negocio y sus estrategias competitivas, además de tener en cuenta indicadores de edad, tamaño, sectores de actividad y especialización tecnológica”.

Sobre los equipos de las empresas analizadas, del estudio se desprende que estos se caracterizan por su solidez y su compromiso. El perfil habitual del emprendedor es una persona con formación superior, experiencia laboral y visión internacional. De hecho, seis de cada siete fundadores tienen un grado universitario o superior y uno de cada cuatro ha lanzado más de tres *start-ups* antes del proyecto actual. El 27% del total de fundadores son mujeres y se ha incrementado el número de equipos solo formados por mujeres, pasando del 9% en 2019 a un 12% en la actualidad. El mayor porcentaje de mujeres se concentra en *start-ups* relacionadas con el sector del *healthcare* y la educación. Además, la atracción de talento se convierte en un elemento crítico para poder seguir impulsando el progreso de estas empresas.

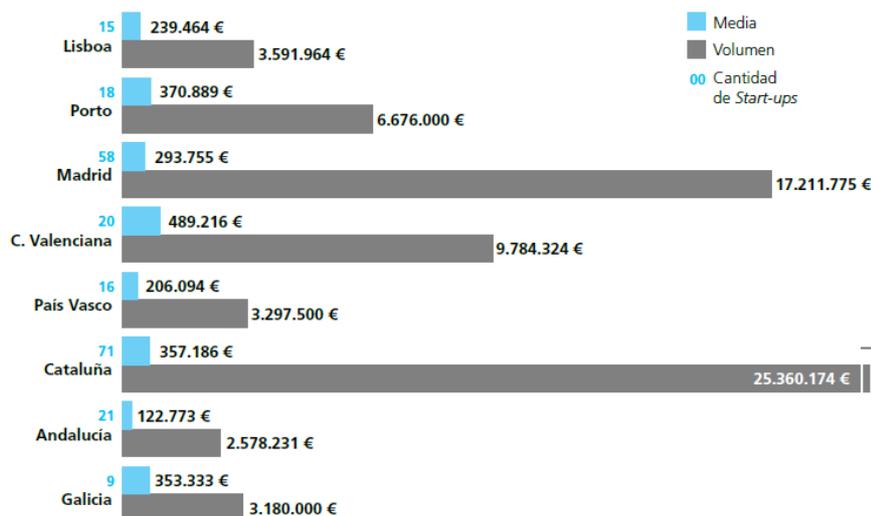


Pese a su reciente lanzamiento, casi la mitad de estas compañías ya vende a nivel internacional, lo que también supone un incremento de la experiencia internacional respecto a los datos de años anteriores, cuando solo lo hacían un 37%. Además, el 56% de las empresas que realizan operaciones en mercados exteriores lo hacen *online*, y solo un 40% están dirigidas al mercado europeo, lo que significa que sus ventas están geográficamente más diversificadas.



En total, las empresas analizadas han conseguido más de 700 millones de euros en financiación desde su fundación, de los que casi 500 millones son de capital. Las *start-ups* de Cataluña, Madrid y la Comunidad Valenciana son las que han levantado un mayor volumen de financiación. Por su parte, un total de 272 empresas han realizado su última ronda de financiación entre 2018 y 2019 por un importe total cercano a los 77 millones de euros y con un tique medio de 258.000 euros.

### Última ronda de financiación (2018-2019) de las principales CCAA.

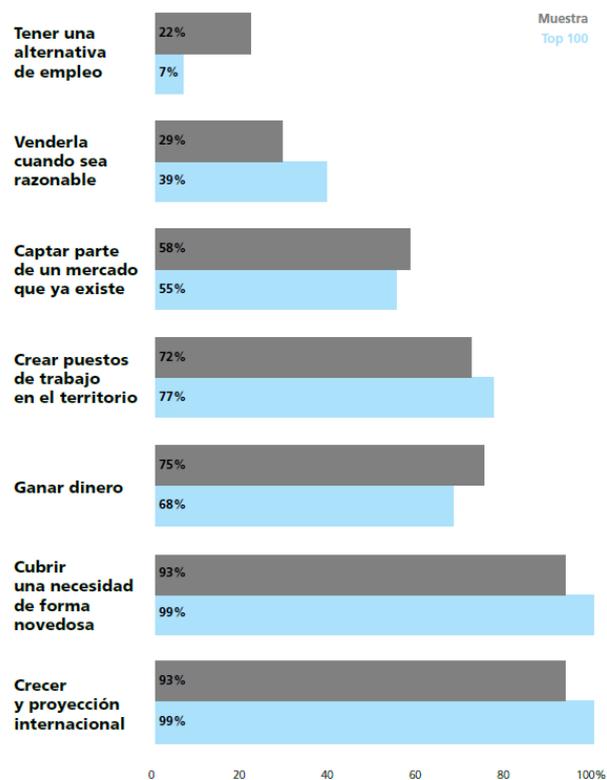


Para un 56% de las empresas analizadas, la financiación proviene mayoritariamente de fondos propios y para los próximos años (entre dos y cinco) estiman una necesidad de financiación de más de 700 millones de euros.

### Objetivos para crear una *start-up* y diferentes estrategias

Los principales objetivos que mueven a los emprendedores a crear una compañía son el crecimiento y la proyección internacional y cubrir una necesidad de forma novedosa (razones que citan el 93% de las empresas del estudio).

#### Objetivo inicial para crear la empresa



Por su parte, durante los primeros años en funcionamiento se han enfrentado a retos significativos que, por orden de importancia según los propios fundadores, irían desde el desarrollo de producto, la consolidación y diversificación de la base de clientes, el reconocimiento de marca o escalar el negocio.

Las *start-ups* analizadas presentan rasgos distintos según la estrategia escogida: crecer o ser rentables. En el primer grupo se encuentran empresas cuyo equipo fundador apuesta significativamente por cubrir una necesidad que han detectado en el mercado y quieren

hacer crecer la compañía pensando en venderla cuando sea razonable. Para el 29% del total de los equipos, vender la empresa era un objetivo importante en el momento de crearla, por lo que es significativo que esto sea un elemento que defina esta tipología.

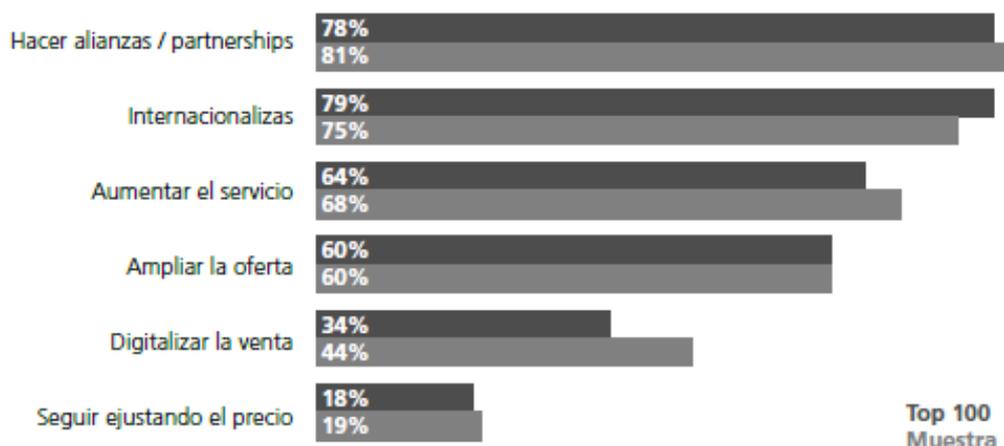
En cuanto a las características asociadas a empresas que cuidan más la rentabilidad, aunque también tienen como primer objetivo cubrir una necesidad del mercado, estas lo hacen con un mix de producto/servicio más enfocados y buscan ser fuertes en su mercado principal. En general, se financian mayoritariamente con fondos propios, de familiares y amigos.

### Retos para los próximos años y palancas de futuro

Cataluña y Madrid concentran el 39% de las *start-ups* españolas, seguidas de Comunidad Valenciana (9%), Andalucía (8%) y País Vasco (6%). Todas ellas coinciden en identificar los mismos retos para los próximos años: incrementar la eficacia del canal de venta, obtener financiación y tener el talento técnico adecuado.

Como palancas de futuro, los equipos están dispuestos a buscar alianzas en el mercado y a crecer internacionalmente. Para ello, identifican como una necesidad urgente conseguir talento especialista y directivo que los acompañe en la siguiente etapa. El 81% de las *start-ups* considera como principal palanca de crecimiento conseguir alianzas o *partnerships*, seguida por la internacionalización (75%) y el aumento del servicio (68%).

### Principales palancas de crecimiento



## Premios EmprendedorXXI; 13 años de trayectoria, galardones de referencia

CaixaBank, a través de DayOne, impulsa los Premios EmprendedorXXI para premiar a las empresas más innovadoras y con mayor potencial de crecimiento de España y Portugal, que este año han alcanzado su 13ª edición. A lo largo de estos años reconociendo a las mejores *start-ups*, se han convertido en unos galardones de referencia en el ecosistema emprendedor de la Península Ibérica.

A lo largo de su historia, cerca de 7.000 empresas de nueva creación han participado en estas convocatorias y cada año, más de 400 empresarios, inversores y representantes de entidades vinculadas al emprendimiento han colaborado como integrantes de diversos comités y jurados. Estas cifras avalan estos premios como unos galardones consolidados en el territorio y permiten obtener una muestra relevante de las *start-ups* españolas y portuguesas en sus primeros años de lanzamiento.

Estos premios están cointegrados junto al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, a través de Enisa y desde su creación en 2007, CaixaBank y Enisa han invertido 5,2 millones de euros en premios y acciones de acompañamiento, de las cuales se han beneficiado 360 empresas.

## Sobre IESE

El IESE es la escuela de dirección de empresas de la Universidad de Navarra. Con campus en Barcelona, Madrid, Múnich, Nueva York y São Paulo, el IESE suma nuevos proyectos a su ya innovador ecosistema de aprendizaje que le permite ofrecer formación para directivos en Europa, Asia, América y África.

Desde 1958, la escuela ha formado a más de 50.000 empresarios y directivos, ofreciéndoles una experiencia personalizada y transformadora. El IESE quiere seguir construyendo el mañana formando líderes que puedan tener un impacto positivo y duradero en las personas, en las empresas y en la sociedad. Este esfuerzo ha sido reconocido por el ranking del Financial Times que por sexto año consecutivo ha posicionado al IESE como la escuela número 1 del mundo en programas de formación de directivos.