

Premios EmprendeXXI

Señales de una nueva generación emprendedora en España y Portugal



19.ª Edición (2025-2026)

Premios EmprendeXXI:

Señales de una nueva generación emprendedora en España y Portugal

19.^a Edición (2025-2026)

Publicado en septiembre de 2026

Dirección académica:



Day**One**
PREMIOS
EMPRENDEXXI



Jordi Mondéjar
Director de Negocio CaixaBank

Hay iniciativas que, con el paso del tiempo, dejan de ser solo un programa para convertirse en una forma de mirar el futuro. Los Premios EmprendeXXI pertenecen a esa categoría. Nacieron para reconocer el talento emprendedor y, casi dos décadas después, representan mucho más que una convocatoria: son una expresión sostenida del compromiso de CaixaBank con la innovación, el progreso y la capacidad de las personas para transformar la realidad desde una idea, una tecnología o una nueva manera de resolver los retos de la sociedad.

Durante estos años, el emprendimiento innovador ha cambiado profundamente. La digitalización, la sostenibilidad, la inteligencia artificial y la apertura de nuevos mercados han redefinido la forma de crear, financiar y escalar empresas. En ese recorrido, los Premios EmprendeXXI han actuado como un observatorio privilegiado de las transformaciones que impulsan la nueva economía, y desde este conocimiento publicamos estos informes anuales desde el 2019.

Hablar hoy de emprendimiento no es hablar solo del nacimiento de nuevas compañías. Es hablar de competitividad, empleo cualificado, transferencia de conocimiento, cohesión territorial y capacidad para anticipar cambios estructurales. Cada proyecto emprendedor contiene algunas respuestas sobre el futuro: qué problema merece ser resuelto, qué impacto puede generar y qué tecnología o modelo puede hacerlo posible.

Desde esta perspectiva, el legado de los Premios EmprendeXXI trasciende el reconocimiento a las empresas ganadoras. La iniciativa ha contribuido a identificar talento emergente, visibilizar soluciones innovadoras, conectar emprendedores con inversores, corporaciones e instituciones y fortalecer una comunidad que hoy constituye uno de los activos más valiosos del ecosistema de innovación en España y Portugal.

La 19.^a edición refleja con claridad la fortaleza de ese ecosistema. Las 1.006 candidaturas recibidas confirman la capacidad de los Premios EmprendeXXI para seguir atrayendo proyectos innovadores y para identificar tendencias que marcarán la evolución de la economía en los próximos años. Desde 2007, más de 13.000 empresas han participado en esta iniciativa; se han destinado más de 11 millones de euros a premios, formación y acompañamiento; 600 empresas han sido galardonadas; y más de 150 organizaciones y 5.100 profesionales han formado parte de sus jurados y comités. Son cifras que reflejan el alcance de una trayectoria construida sobre la colaboración y la confianza de todo un ecosistema.

A través de DayOne, CaixaBank ha querido estar cerca de ese talento en todas las etapas de su desarrollo, facilitando acceso a financiación especializada, impulsando conexiones de valor y promoviendo espacios de encuentro entre emprendedores, inversores, empresas e instituciones. En un entorno en el que la innovación rara vez avanza de forma aislada, tejer comunidad se ha convertido en una ventaja decisiva.

La proximidad de la vigésima edición convierte este momento en un hito especialmente simbólico. Veinte años permiten valorar el camino recorrido, pero también invitan a mirar hacia adelante. El emprendimiento seguirá desempeñando un papel esencial para afrontar retos como el uso responsable de la inteligencia artificial, la transición hacia modelos productivos más sostenibles, la internacionalización o la transformación del conocimiento en empresas capaces de generar impacto a escala global.

En CaixaBank compartimos el compromiso de impulsar el ecosistema de innovación y reforzar las capacidades que permiten transformar ideas en proyectos con impacto. Con esta mirada, los Premios EmprendeXXI afrontan el camino hacia su vigésima edición con la solidez de la experiencia acumulada y la ambición de seguir fortaleciendo las conexiones entre startups, inversores, empresas e instituciones, contribuyendo a consolidar un ecosistema cada vez más dinámico, colaborativo y competitivo.

Contenido

01

**Introducción:
Emprender en España:
más iniciativas, nuevas
oportunidades y el reto
de crecer**

#6

02

**Claves ejecutivas del
ecosistema Premios
EmprendeXXI 2025-2026**

#8

03

**Radiografía de las *start-ups*
participantes: edad,
tecnología, territorio
e impacto**

#10

04

**Financiación:
del arranque al escalado**

#20

- 05 **Rasgos competitivos:
tracción, talento y modelos
para escalar**
#30
- 06 **Top 100: claves del potencial
*scale-up***
#44
- 07 **Conclusiones: del dinamismo
empreendedor al reto de
escalar**
#48
- 08 **Anexo metodológico: cómo
leer correctamente los
resultados**
#52
- 09 **Ganadores Premios
EmprendeXXI 2025-2026:
España y Portugal**
#54

Emprender en España: más iniciativas, nuevas oportunidades y el reto de crecer

**CaixaBank
Research**

España vive un momento especialmente dinámico para el emprendimiento. Tras años marcados por *shocks* económicos, transformaciones tecnológicas y cambios en los hábitos de consumo, la creación de empresas ha recuperado impulso y alcanza hoy sus niveles más elevados de la última década.

Detrás de esta evolución hay una realidad positiva: cada vez más personas identifican oportunidades de negocio, desarrollan proyectos innovadores y apuestan por convertir sus ideas en empresas. Sin embargo, el verdadero desafío no consiste únicamente en crear nuevas iniciativas, sino en conseguir que sobrevivan, crezcan y generen valor de forma sostenida.

Un ecosistema emprendedor cada vez más activo

La evolución reciente del emprendimiento en España refleja la capacidad de adaptación de la economía española. Tras la crisis financiera de 2008, muchas iniciativas empresariales surgieron como alternativa al desempleo. Posteriormente, con la recuperación económica, el emprendimiento pasó a estar cada vez más vinculado a la identificación de oportunidades de mercado y al desarrollo de proyectos de carácter innovador.

Según el informe GEM España, la tasa de actividad emprendedora alcanzó el 5,7% en 2012 y, después de distintas fases de ajuste y recuperación, volvió a situarse por encima del 6% antes de la pandemia, reflejando una creciente orientación hacia el emprendimiento por oportunidad.

La pandemia de COVID-19 supuso una interrupción temporal de esta tendencia, pero también aceleró procesos como la digitalización y la adopción de nuevos modelos de negocio. Desde 2021, la creación de empresas ha vuelto a crecer de forma sostenida en España, apoyada por una economía dinámica, una mayor cultura emprendedora y la consolidación de nuevos ecosistemas de innovación en distintas regiones del país.

En 2023, la tasa de natalidad empresarial se situó en el 9,1% (cerca de una de cada 10 empresas existentes), un nivel elevado en términos históricos, aunque todavía inferior a los máximos observados tras la crisis financiera.

Hoy España cuenta con un entorno emprendedor más maduro que hace una década, con una red cada vez más amplia de aceleradoras, programas de apoyo, financiación especializada y colaboración entre empresas, universidades e instituciones.

La innovación gana protagonismo

Aunque buena parte del emprendimiento continúa concentrándose en actividades de servicios, los sectores más dinámicos muestran una creciente vinculación con la digitalización y la economía del conocimiento. Las actividades relacionadas con las tecnologías de la información, las comunicaciones, la investigación y el desarrollo o los servicios tecnológicos destacan por registrar elevados niveles de creación de empresas y por mantener un saldo positivo entre nuevas iniciativas y cierres empresariales.

Un caso especialmente ilustrativo es el de transporte y logística. La tasa de creación de empresas en transporte y almacenamiento alcanzó el 11,8% en 2023, más de cinco puntos porcentuales por encima del nivel registrado una década antes, impulsada por el auge del comercio electrónico y la transformación de las cadenas de suministro.

Al mismo tiempo, sectores tradicionalmente importantes en la economía española, como el turismo, la hostelería o las actividades de ocio, siguen mostrando una gran capacidad para atraer nuevas iniciativas empresariales. Se trata de ámbitos con una intensa renovación empresarial, donde nacen muchos proyectos cada año y donde la diferenciación, la innovación y la capacidad de gestión resultan determinantes para consolidar el crecimiento.

Un fenómeno con fuerte impacto territorial

El emprendimiento no avanza al mismo ritmo en todo el país. Algunas comunidades autónomas han logrado desarrollar ecosistemas especialmente dinámicos gracias a la combinación de actividad económica, capacidad de atracción de talento y especialización sectorial.

Baleares, Comunidad Valenciana y Canarias lideran actualmente la creación de empresas, con tasas cercanas al 10%-11% en 2023, mientras que regiones como Madrid, Cataluña y Andalucía también destacan por su elevada actividad emprendedora y por contar con ecosistemas cada vez más consolidados.

Esta diversidad territorial constituye una oportunidad. Cada región puede impulsar proyectos vinculados a sus ventajas competitivas: desde la innovación agroalimentaria o la economía verde hasta el turismo sostenible, la industria avanzada o los servicios tecnológicos.



El gran reto: convertir las ideas en empresas sostenibles

Si hay una conclusión clara al analizar el emprendimiento en España es que la creación de empresas es solo el primer paso. El verdadero éxito llega cuando esas iniciativas logran consolidarse y crecer.

Los datos muestran que únicamente el 78,5% de las nuevas empresas supera su primer año de vida y que menos del 44% sigue operando cinco años después de su creación. Por ello, además de fomentar la creación de nuevos proyectos, resulta fundamental reforzar el acompañamiento a los emprendedores mediante formación, asesoramiento, acceso a financiación y conexión con redes de colaboración.

La experiencia internacional demuestra que los ecosistemas más exitosos son aquellos capaces de combinar talento, innovación, financiación y apoyo institucional para transformar buenas ideas en empresas competitivas y generadoras de empleo.

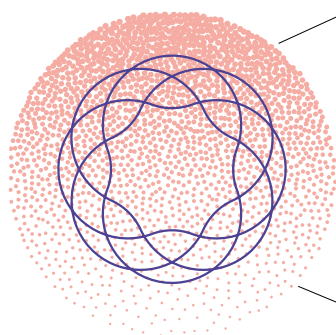
El papel clave de iniciativas como los Premios EmprendeXXI

En este contexto, programas como los Premios EmprendeXXI desempeñan un papel especialmente relevante. Más allá del reconocimiento a proyectos innovadores, contribuyen a visibilizar casos de éxito, conectar emprendedores con inversores y expertos, y fortalecer una cultura empresarial basada en la innovación y el crecimiento.

España dispone de talento, creatividad y capacidad emprendedora. El reto de los próximos años será lograr que un número cada vez mayor de proyectos transforme ese potencial en empresas sólidas, innovadoras y capaces de competir en un entorno cada vez más global. Porque el futuro del emprendimiento no depende únicamente de que nazcan más empresas, sino de que más empresas consigan sobrevivir, crecer y aportar a la sociedad y a la economía.

Claves ejecutivas del ecosistema Premios EmprendeXXI 2025-2026

Las grandes señales de cambio del emprendimiento innovador ibérico

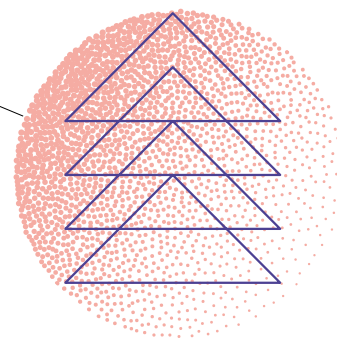


La 19.ª edición de los Premios EmprendeXXI (PEXXI) confirma su valor como observatorio de referencia de la nueva generación de *start-ups* en España y Portugal.

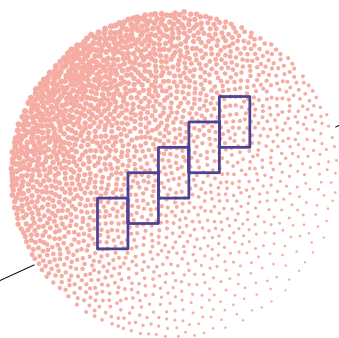
Las 1.006 candidaturas recibidas, máximo histórico, reflejan la capacidad de atracción del programa dentro del ecosistema emprendedor ibérico. Su utilidad reside en ofrecer una imagen de empresas innovadoras emergentes, mayoritariamente jóvenes, tecnológicas y con vocación de crecimiento. Un 60% de las *start-ups* participantes tiene menos de dos años, lo que permite identificar nuevos proyectos y anticipar algunas de las principales transformaciones del ecosistema.

El ecosistema está evolucionando desde modelos digitales generalistas hacia propuestas más tecnológicas, con la IA como motor transversal.

El *software* continúa siendo la tecnología más extendida, pero la inteligencia artificial alcanza en esta edición el 25% de las *start-ups* –diez puntos porcentuales más que en la edición anterior–, y se consolida no solo como una tecnología fundamental, sino como una capa transversal de innovación empresarial. Este giro se observa, en menor medida, en el peso de la biotecnología, *Agrotech* o *SpaceTech*, que requieren más capital, tiempo de validación y mayor protección de la propiedad intelectual.



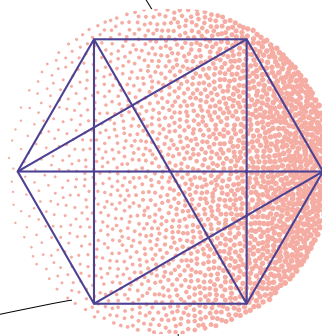
La nueva generación de *start-ups* nace con una orientación comercial más empresarial e internacional.



El B2B es el modelo de negocio principal para el 77% de las compañías y la gran empresa se mantiene como el principal cliente, ganando peso frente al consumidor final. El 44% de las compañías vende ya en mercados internacionales y las ventas exteriores representan, de media, el 35% de la facturación de las empresas internacionalizadas. La expansión exterior empieza a formar parte del desarrollo temprano de muchas *start-ups*, con la Unión Europea como primer mercado y con España ganando atractivo para perfiles cualificados internacionales.

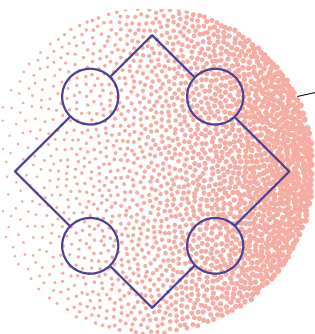
El principal reto es convertir *start-ups* en *scale-ups*, y la financiación es condición indispensable para ello.

Las *start-ups* participantes han captado 345 millones de euros a lo largo de su ciclo de vida, un 26% menos que en la edición anterior, en parte por el mayor peso de empresas muy jóvenes. La financiación se multiplica con la antigüedad, pero el mayor peso de los recursos propios apunta a un entorno inversor más selectivo y a decisiones de los emprendedores más estratégicas. En este contexto, la inversión reciente de *venture capital* y *business angels*, fundamental para la validación en etapas iniciales, ha tendido a concentrarse en rondas de mayor tamaño y fases más avanzadas, con una mayor profesionalización y selección de proyectos.



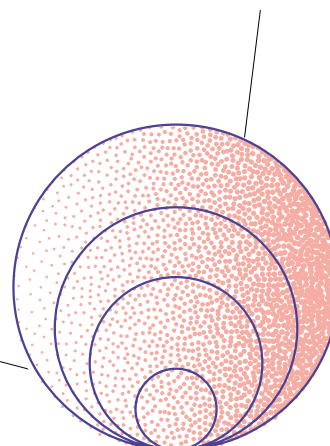
Las *start-ups* con mayor potencial muestran una vinculación más estrecha con la transferencia de tecnología, la internacionalización y equipos más cualificados.

Entre las compañías mejor valoradas aparecen con más frecuencia proyectos apoyados en financiación profesional, tecnología propia apoyada en transferencia de tecnología universitaria y equipos cualificados. También muestran una orientación más clara hacia la internacionalización y presencia en mercados de mayor tamaño, adoptando comportamientos de compañías *born global*.



Estas transformaciones apuntan a una agenda clara para el desarrollo del ecosistema.

El salto hacia *scale-ups* exige reforzar la financiación temprana y de crecimiento, impulsar la transferencia tecnológica desde universidades, favorecer la internacionalización temprana y ampliar la oferta de talento especializado. A su vez, la expansión de la IA añade una exigencia adicional: desarrollar mejores capacidades técnicas de evaluación para distinguir adecuadamente aquellos proyectos con capacidad de diferenciación y potencial de escala. Una mayor coordinación entre administraciones, inversores, corporaciones, universidades y emprendedores será clave para convertir estas prioridades en más *start-ups* capaces de escalar y competir internacionalmente.



Radiografía de las *start-ups* participantes: edad, tecnología, territorio e impacto

Los Premios EmprendeXXI como observatorio privilegiado de la nueva generación emprendedora

La 19.ª edición de los Premios EmprendeXXI confirma su capacidad de atracción dentro del ecosistema emprendedor ibérico. La 19.ª edición de los Premios EmprendeXXI ha alcanzado un volumen de inscripción de 1.006 *start-ups*, marcando un máximo histórico gracias a un crecimiento del 5% respecto a la edición anterior. Este aumento es relevante porque se produce sobre una base ya elevada de participación y refuerza el papel de estos premios como plataforma de identificación y reconocimiento de compañías innovadoras en fases tempranas.

El perfil de las empresas participantes confirma que los PEXXI operan como una puerta de entrada para la nueva generación

emprendedora. La muestra refleja un ecosistema extraordinariamente joven: seis de cada diez *start-ups* tienen menos de dos años y solo una minoría supera los tres años. Esto sitúa al programa en una posición privilegiada para observar a la nueva generación emprendedora antes de que muchas compañías alcancen fases de madurez o escalado superiores. En esta edición, además, ese predominio de empresas más jóvenes sugiere que la cohorte de 2025 nace en un contexto marcado por la aceleración digital y tecnológica observada desde 2022, especialmente en inteligencia artificial (IA), digitalización avanzada y tecnologías intensivas en conocimiento.

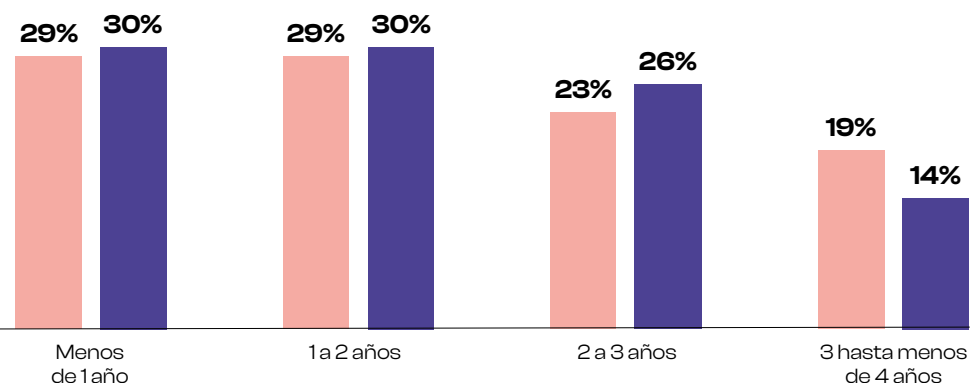
■ Edición anterior
■ Edición actual

Nota: Los resultados deben interpretarse como una caracterización de las empresas participantes en la 19.ª edición de los Premios EmprendeXXI, que constituyen una muestra amplia y cualificada del emprendimiento innovador en España y Portugal, aunque no estadísticamente representativa del conjunto del ecosistema.

Fuente: Añ a partir de Premios EmprendeXXI.

Distribución por antigüedad de *start-ups* participantes

(% sobre total participantes)



La IA acelera el giro tecnológico de las nuevas *start-ups*

Las *start-ups* se orientan hacia servicios y actividades intensivas en conocimiento desde las que generar riqueza en los próximos años. La composición sectorial de las *start-ups* participantes en la 19.ª edición no reproduce la estructura productiva de la economía española, sino que se orienta hacia actividades intensivas en conocimiento, como las profesionales y técnicas, información y comunicaciones, artísticas y recreativas, así como en las relacionadas con servicios públicos (salud y educación). En todas ellas, su peso es superior a lo que correspondería según su contribución al Valor Añadido Bruto de la economía española.

El ecosistema transita desde modelos centrados en digitalización hacia propuestas basadas en tecnologías de frontera, especialmente en IA. La edición actual está marcada por el auge de la IA, alcanzando el 25% del total y aumentando 10 puntos porcentuales respecto a la edición anterior. *Software & Platforms* continúa siendo la categoría más frecuente, aunque pierde peso sobre el total. La IA, por tanto, se consolida como una de las principales herramientas de la nueva generación, al dejar de ser una tecnología especializada y convertirse en una capa transversal de innovación empresarial.

Las empresas más jóvenes tienden a estar todavía más concentradas en IA y *software*, y surgen nuevas relacionadas con seguridad y espacio. En los tramos más jóvenes de empresas dominan las tecnologías de rápida creación: entre las de menos de 1 año, la IA y *Software & Platforms* copan casi dos tercios del total, y mantienen el liderazgo en el tramo de 1-2 años. A medida que aumenta la antigüedad, el peso se redistribuye hacia tecnologías más intensivas en capital e I+D: en las de 3-4 años la biotecnología escala hasta el 15% acompañada de *Industry X.0* y *hardware*.



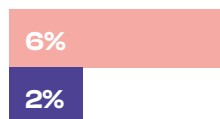
Distribución de *start-ups* participantes por sector de actividad vs. Valor Añadido

(% del total)

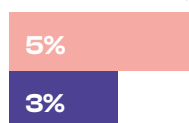
Act. inmobiliarias



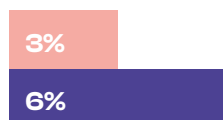
Construcción



Act. financieras y de seguros



Sector primario



Comercio, transporte y hostelería



Industria



Información y comunicaciones



Act. artísticas y recreativas



Act. profesionales y técnicas



AA. PP., educación y sanidad



— El conocimiento es la palanca del nuevo emprendimiento: casi 7 de cada 10 *start-ups* operan en sectores intensivos en él.

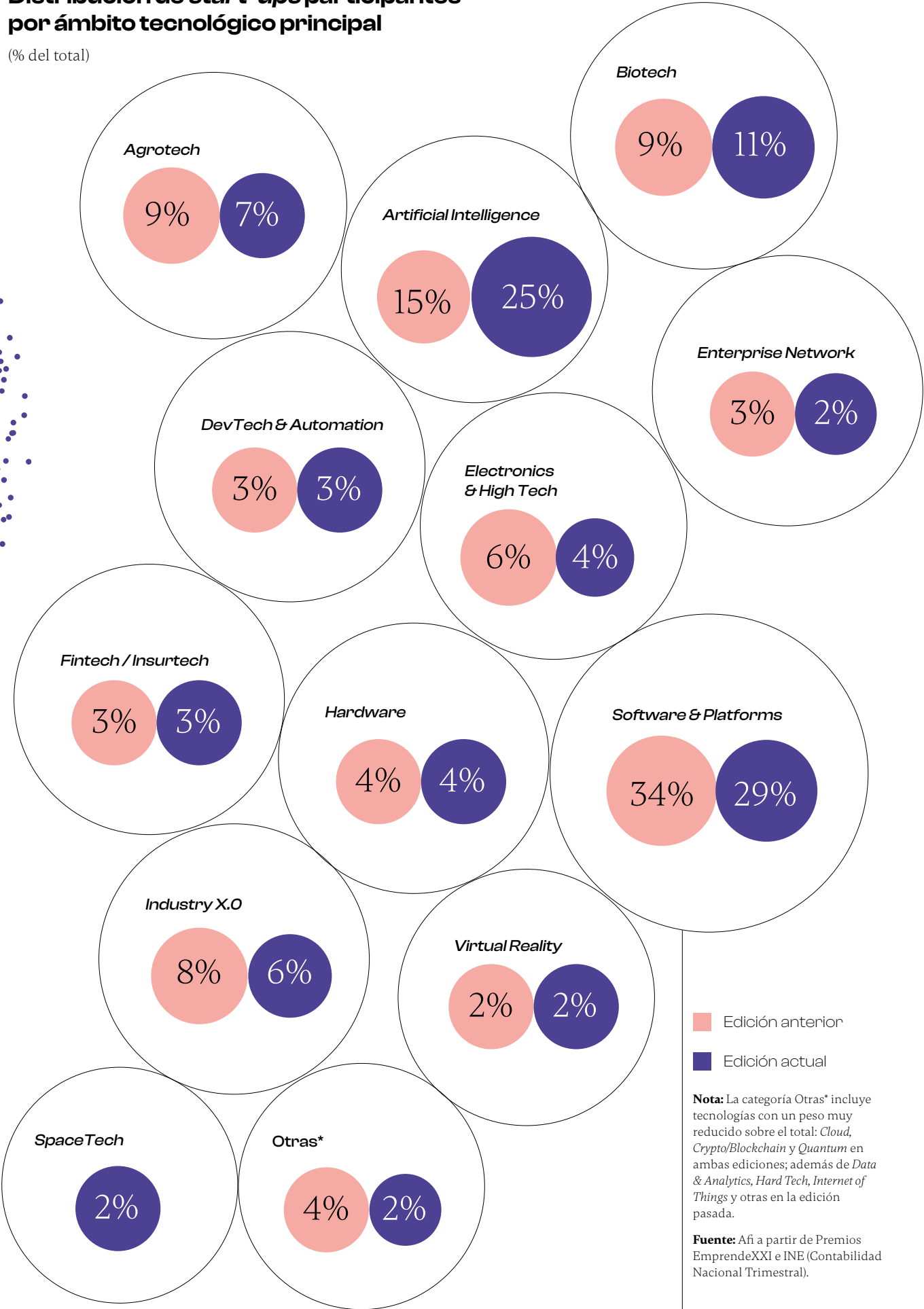
VAB economía española

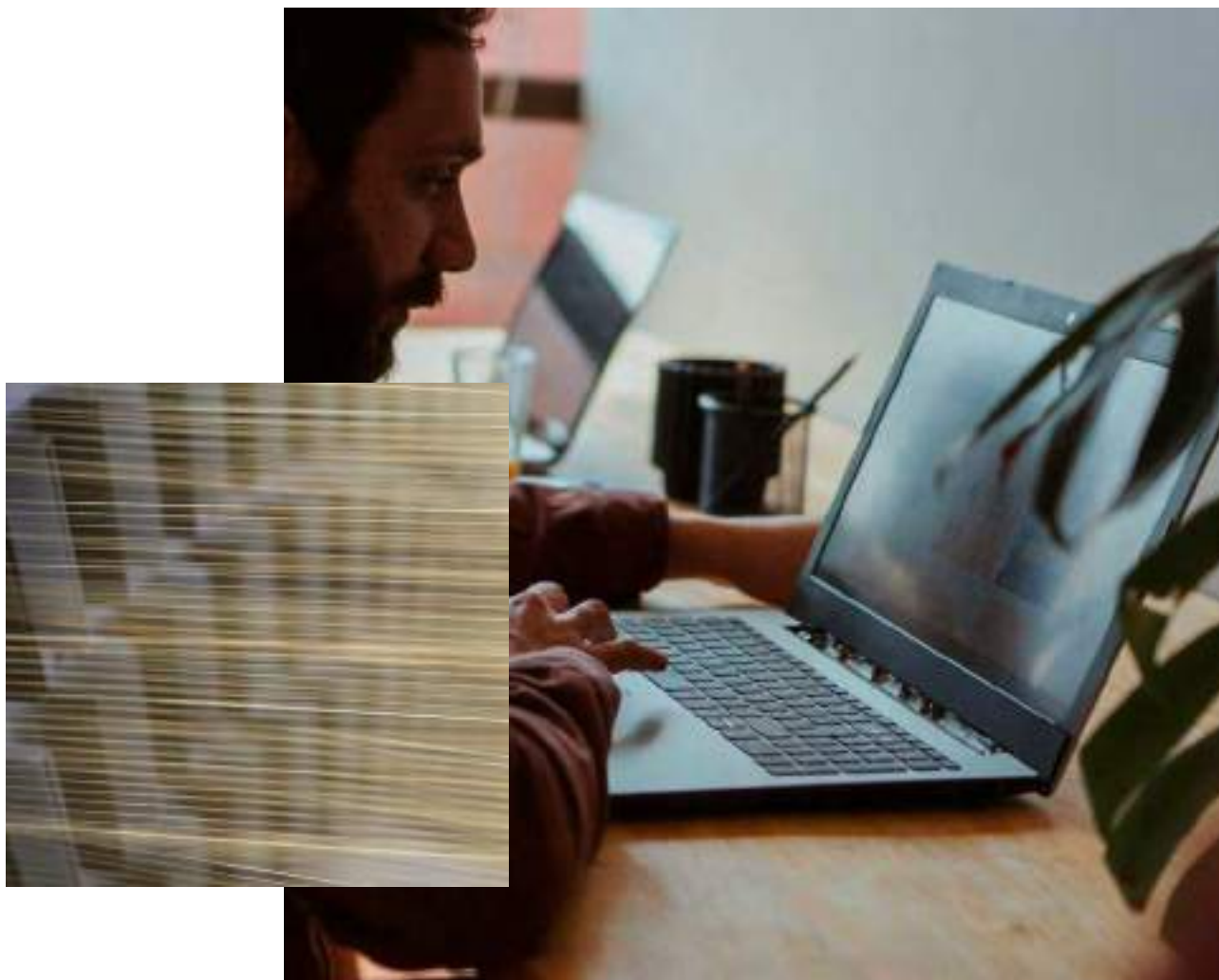
Start-ups Premios EmprendeXXI

Fuente: Afi a partir de Premios EmprendeXXI e INE (Contabilidad Nacional Trimestral).

Distribución de *start-ups* participantes
por ámbito tecnológico principal

(% del total)





Cada sector innova a su ritmo: tecnología aplicada a retos distintos

La lectura sectorial muestra que la tecnología no se adopta de forma homogénea. Aunque el *software* y la inteligencia artificial son tecnologías transversales, su función cambia según el sector donde se implanta. En las actividades profesionales, ambas tecnologías concentran más del 60% de las soluciones y están vinculadas principalmente a productividad, automatización de procesos, análisis de información y prestación de servicios especializados.

En administración pública, educación y sanidad, la combinación es distinta. La IA y el *software* siguen siendo mayoritarios, pero la biotecnología alcanza un peso muy significativo, cercano al 25%. Esto refleja la orientación de este bloque hacia

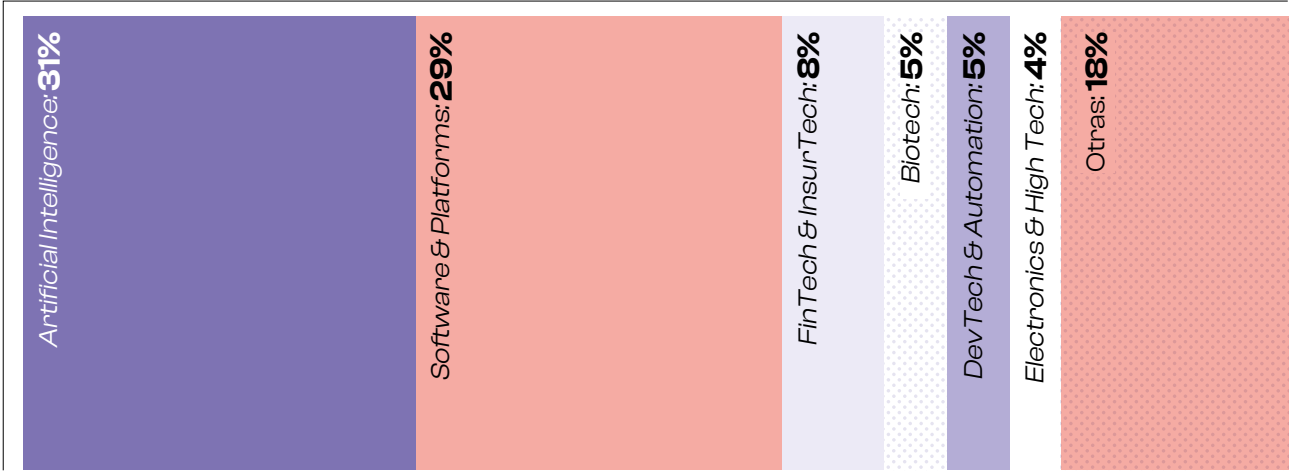
retos relacionados con las tendencias estructurales que observamos en la economía y sociedad españolas, y el papel tractor del sector público: salud, envejecimiento o cuidados de larga duración, dando respuesta a necesidades sociales.

En otros servicios –incluyendo actividades artísticas, recreativas, deportivas o culturales–, el *software* y las plataformas digitales son la principal palanca de innovación. En este caso, la tecnología facilita nuevos canales de distribución, interacción con usuarios, monetización de contenidos y escalabilidad de servicios, por lo que *Software & Platforms* tienen un peso específico que supera el 50% del total.

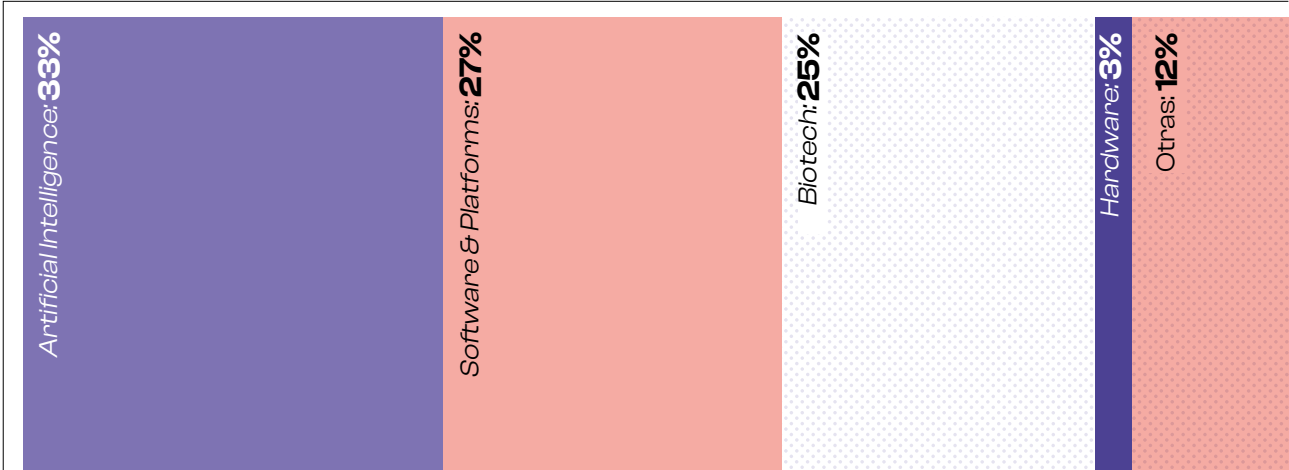
Principales tecnologías empleadas en los sectores
con mayor presencia de *start-ups*

(% sobre cada sector de actividad)

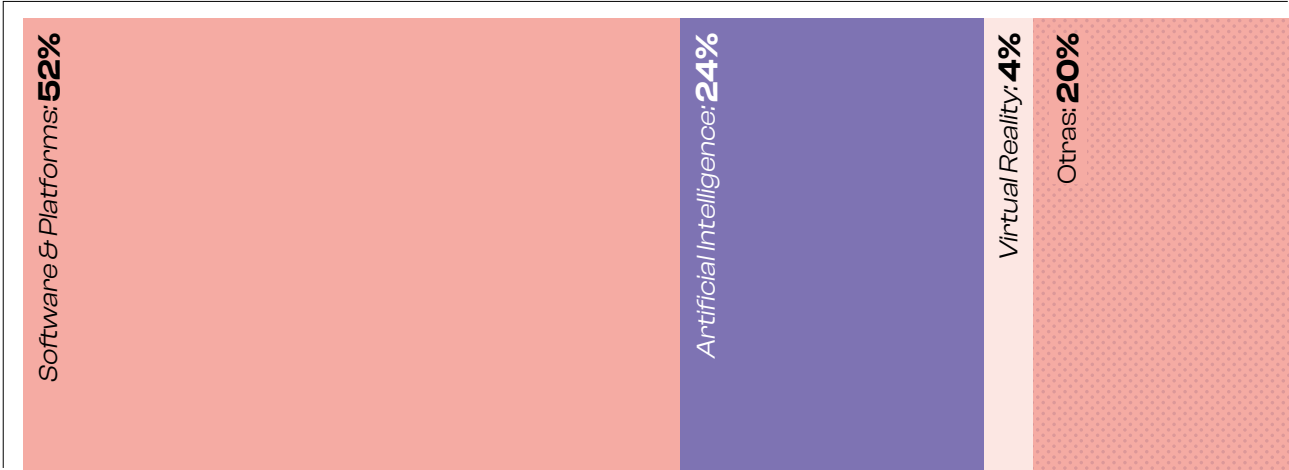
Actividades profesionales



AA.PP., educación y sanidad



Otros servicios (arte, entretenimiento...)



Hubs consolidados y nichos emergentes: la geografía tecnológica de los PEXXI

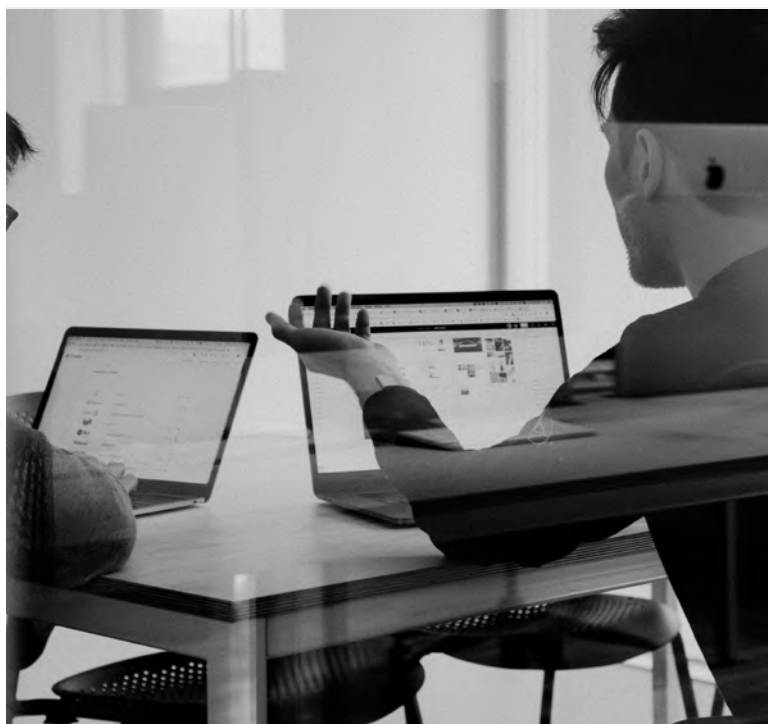
La concentración observada en Comunidad de Madrid y Cataluña sigue reflejando ventajas acumuladas en disponibilidad de capital, talento especializado y densidad de agentes del ecosistema. Madrid, Cataluña, Comunidad Valenciana y Andalucía concentran una mayoría de las *start-ups* participantes, en línea con su peso económico y demográfico. Sin embargo, la creciente presencia de regiones como Navarra o Castilla y León entre las *start-ups* de mayor potencial apunta a una progresiva descentralización de la innovación tecnológica.

La mayoría de Comunidades Autónomas se vuelca hacia el *software*. El mapa por tecnologías a lo largo de la península ibérica refleja una base tecnológica común en buena parte del ecosistema, dominada por *Software & Platforms*. Esta categoría aparece como especialización tecnológica predominante en 10 de las 17 comunidades autónomas españolas, lo que confirma la importancia del *software* como infraestructura básica del emprendimiento tecnológico.

En paralelo, emergen especializaciones territoriales vinculadas a las capacidades productivas y científicas de cada región.

Castilla y León y Castilla-La Mancha destacan en *Agrotech*, en línea con el peso del sector agroalimentario. Navarra aparece vinculada a *Biotech*, lo que puede relacionarse con su base sanitaria, industrial y de conocimiento. Baleares, Galicia, Portugal, Extremadura y Cantabria comparten especialización en inteligencia artificial.

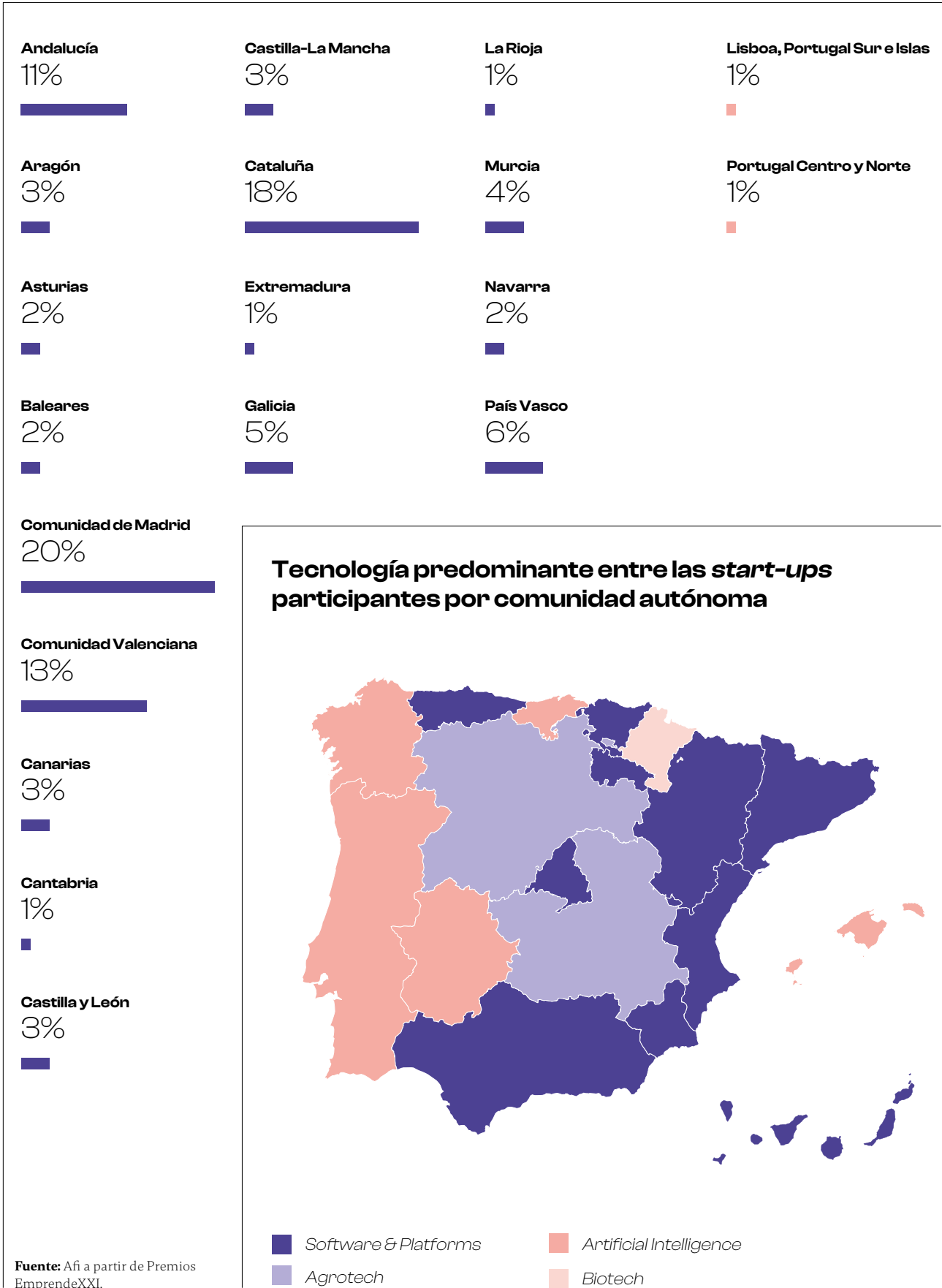
Esta lectura permite presentar el ecosistema como una red de capacidades diferenciadas. Los grandes *hubs* concentran capacidades, pero otros territorios empiezan a construir nichos tecnológicos propios. Conviene, no obstante, introducir cautela: en aquellas comunidades con un número reducido de candidaturas, estas especializaciones deben interpretarse únicamente como una fotografía de esta edición y no como una ventaja estructural del territorio.



— El ecosistema opera como una red de capacidades diferenciadas por territorio, no como un polo único tecnológico.

Distribución geográfica de start-ups participantes

(% sobre total participadas)



Innovación, salud y crecimiento como ejes principales de acción

La sostenibilidad y el impacto social forman ya parte del posicionamiento estratégico de buena parte de las *start-ups* participantes. El 98% de las empresas participantes declara desarrollar iniciativas alineadas con al menos un Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS). Además, el 44% considera que la generación de impacto social es una prioridad por encima de la rentabilidad económica, tres puntos más que en la edición anterior, cuando alcanzó el 41%.

— El impacto social gana peso como prioridad estratégica de la nueva generación de *start-ups*.

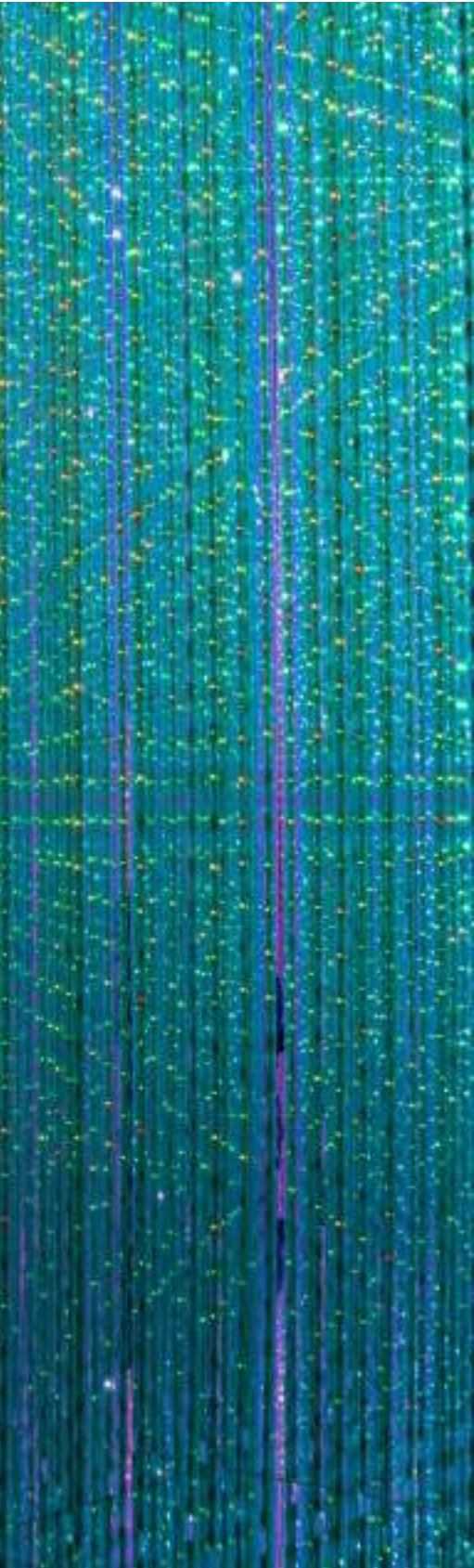
Los ODS más representados permiten identificar el tipo de impacto que concentra el ecosistema. El ODS 9, vinculado a industria, innovación e infraestructura, lidera con el 45% de las *start-ups* alineándose prioritariamente con él. Le siguen el ODS 3, salud y bienestar, con el 28%, y el ODS 8, trabajo decente y crecimiento económico, con el 23%. Esta distribución muestra que el impacto declarado se articula principalmente a través de la innovación tecnológica, la mejora de la calidad de vida y la generación de actividad económica.

También destaca el peso de producción y consumo responsables, ciudades sostenibles y acción por el clima. Para muchas empresas emergentes, los retos climáticos, urbanos y de circularidad no responden únicamente a compromisos de impacto, sino a mercados en expansión donde desarrollar soluciones tecnológicas, nuevos modelos de negocio y propuestas de valor diferenciadas.



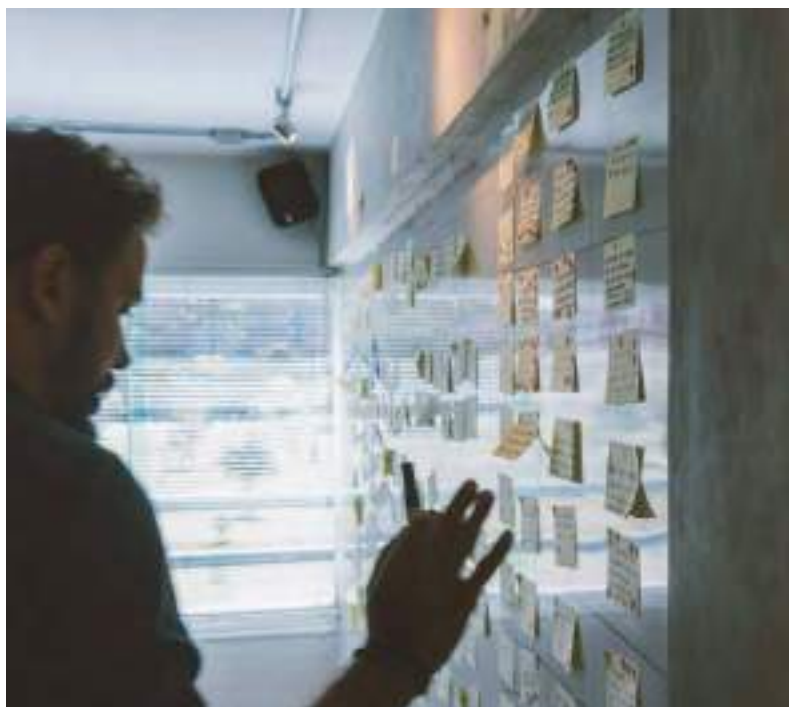
Distribución de las *start-ups* según ODS
en el que participan

(% sobre el total de empresas)



Financiación: del arranque al escalado

Más *start-ups*, menos financiación media: una lectura condicionada por la juventud de las empresas



de la financiación por empresa: un mayor volumen de empresas participantes y menor pulso inversor y de financiación, de modo que la financiación media se sitúa en 355.400 euros por empresa.

La juventud de las empresas participantes contribuye a explicar buena parte de la menor financiación media. La distribución de empresas por antigüedad se desplaza hacia las fases iniciales en esta edición, con un mayor peso de las más jóvenes respecto de la edición anterior. Las empresas en fases tempranas acumulan menos rondas y menos deuda, por lo que arrastran importes por empresa más bajos: la financiación media escala desde unos 100.700 euros por empresa en las de menos de un año hasta superar 1 millón de euros en las de tres a cuatro años, diez veces más. La menor financiación media observada parece responder, al menos en parte, al perfil más joven de la muestra.

La evolución de la financiación muestra un cambio relevante respecto a las dos ediciones anteriores. El volumen de financiación captada y declarada por las empresas¹ de la edición actual se ha contraído respecto a ediciones anteriores: de 606 millones de euros en 2023 a 468 millones en 2024 y 345 millones en 2025, una caída del 43% desde el máximo registrado dos años atrás. Este resultado debe interpretarse a la luz del creciente peso de *start-ups* en fases muy tempranas dentro de las participantes.

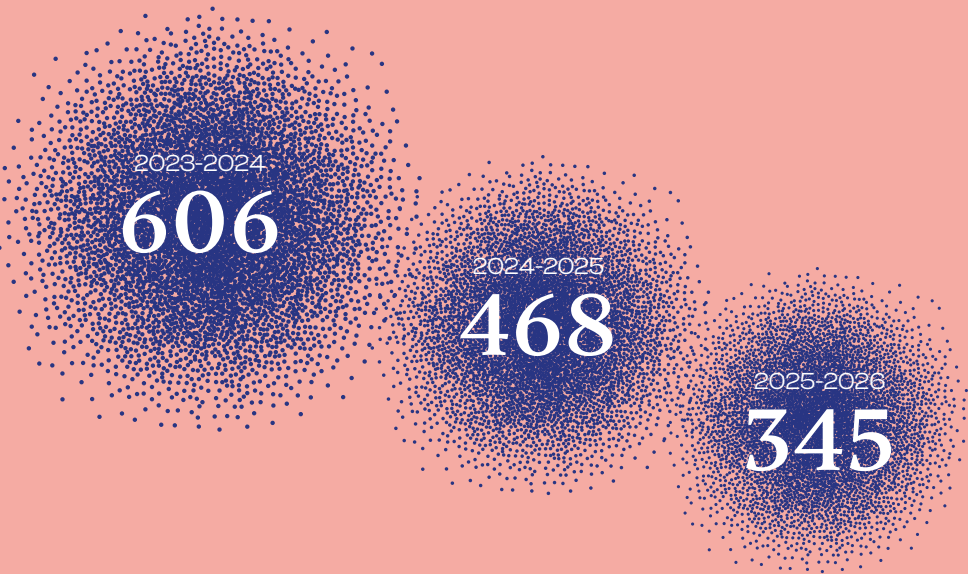
El aumento de participantes junto con una menor financiación total explican la caída de la financiación por empresa. En la edición actual han convergido dos tendencias que provocan una caída relativa

— La madurez es un factor determinante en la financiación por empresa: se multiplica por diez entre el primer año y el cuarto.

¹ La financiación total agrega el capital propio aportado por los fundadores, las rondas de inversión, la financiación bancaria y *venture debt* (préstamos a *start-ups* respaldadas por inversores), y la financiación pública (ENISA, CDTI y líneas para pymes).

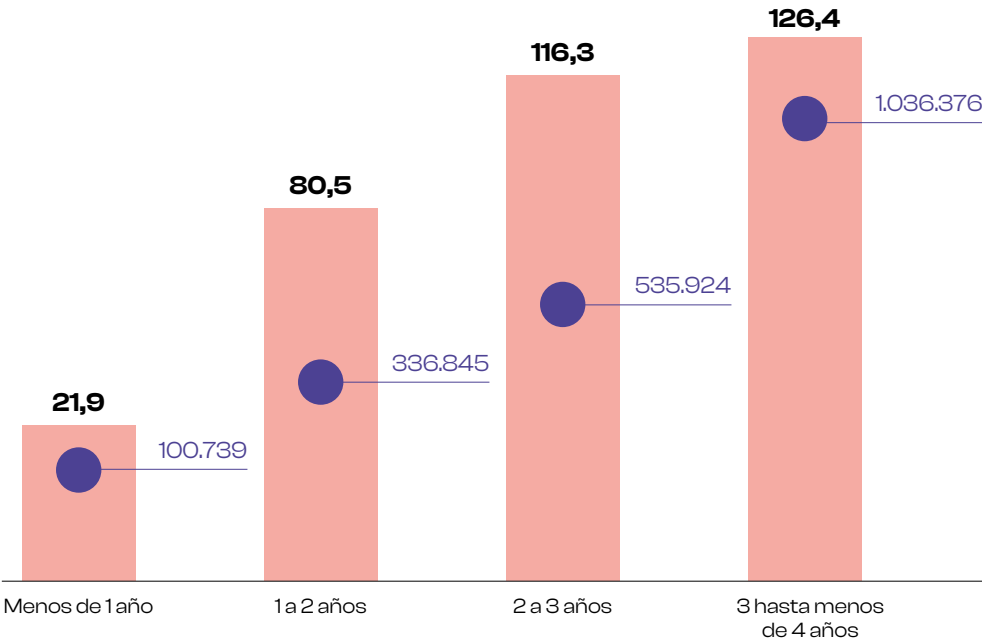
Evolución de la financiación total recibida
por las empresas participantes

(millones de euros)



Fuente: Afi a partir de Premios EmprendeXXI.

Financiación recibida por las empresas
según su antigüedad



Importe total
(millones de €)

Promedio (€)

Fuente: Afi a partir de Premios EmprendeXXI.

La financiación se diversifica a medida que la *start-up* valida y madura

El capital propio sigue siendo la principal fuente de recursos, especialmente en las etapas tempranas. En el conjunto de la muestra, las aportaciones de fundadores y rondas de inversión concentran el 59% de la financiación acumulada, mientras la financiación pública representa el 27% y la financiación bancaria y el *venture debt* alcanzan el 14%.

La estructura por financiación evoluciona con el desarrollo y la escala de la empresa.

En las *start-ups* de menos de un año, el capital propio representa más del 70% de la financiación. Hacia los tres años de vida, sin embargo, la financiación externa e interna tienden a equilibrarse y la estructura se diversifica: la financiación pública gana peso en los años iniciales, mientras la financiación bancaria y el *venture debt* adquieren especial relevancia en etapas más avanzadas.

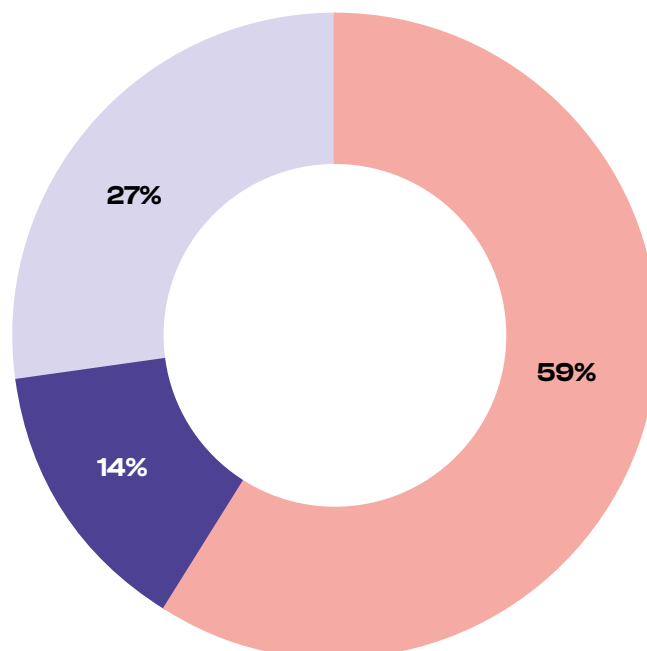
Esto sugiere que la deuda aparece cuando el modelo de negocio está más validado y existe mayor capacidad para generar ingresos.

A diferencia del capital, más vinculado a fases de mayor riesgo, la financiación bancaria y el *venture debt* requieren una mayor visibilidad sobre la evolución del negocio, la base de clientes o la capacidad futura de repago. La financiación pública, por su parte, sigue actuando como complemento relevante para sostener el desarrollo tecnológico y cubrir fases en las que el capital privado no siempre llega con suficiente intensidad.

— El capital propio continúa sosteniendo las etapas iniciales, mientras la financiación bancaria y el *venture debt* aparecen con la validación comercial.

Estructura de la financiación acumulada por las *start-ups* desde su constitución

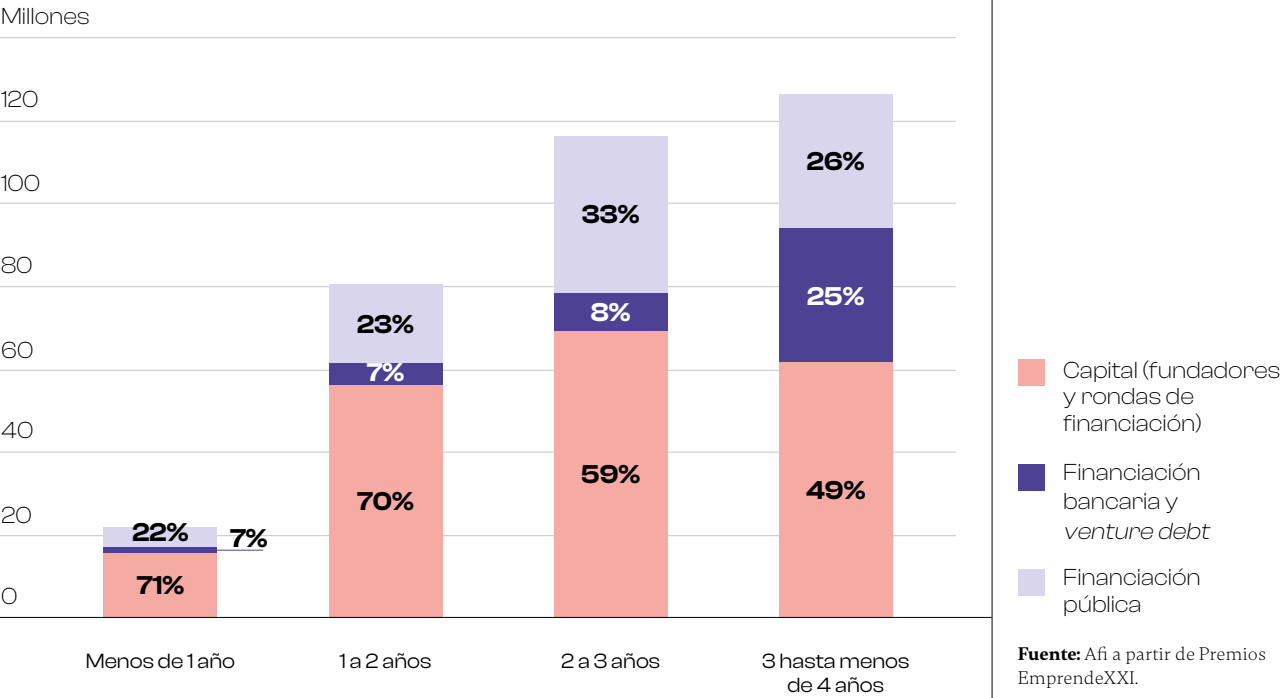
(% sobre el total financiado)





Financiación por origen y antigüedad de la *start-up*

(Millones de euros y % sobre el total)



Founders first: los equipos fundadores sostienen las primeras fases

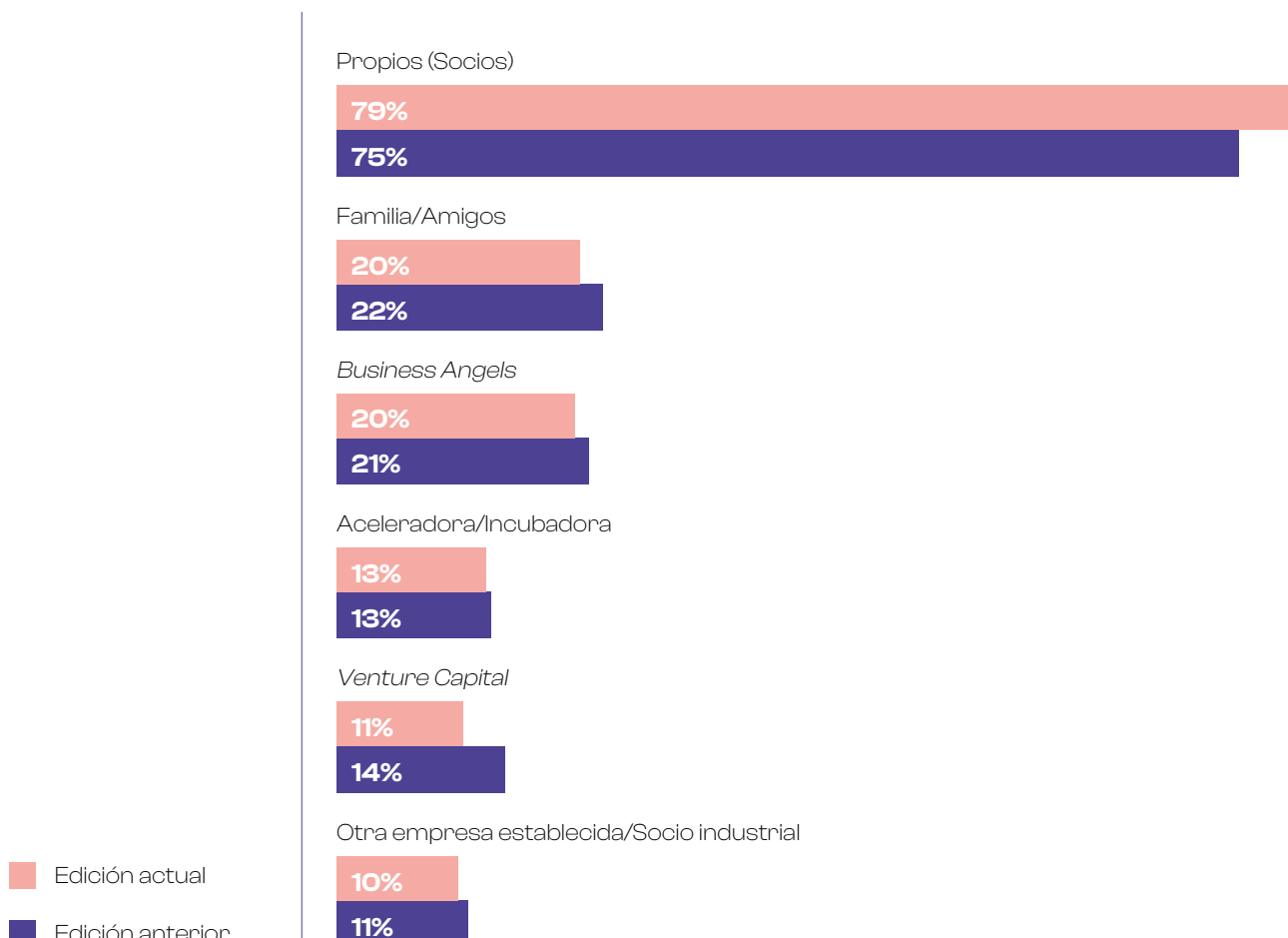
El predominio de recursos propios confirma que la mayoría de las *start-ups* sigue transitando fases tempranas de desarrollo. El 79% de los equipos fundadores declara haber utilizado recursos propios para financiar su actividad, cuatro puntos más que en la edición anterior. La financiación de familiares y amigos, junto con aceleradoras e incubadoras, completa esta base informal, sin sustituir el papel central de los fundadores.

Esta evolución es coherente con un entorno inversor más selectivo. Ante mayores restricciones para acceder a capital externo debido a una mayor selectividad de proyectos y una toma de decisiones más estratégica sobre la estructura de la empresa, las *start-ups* recurren con más frecuencia a recursos propios para sostener sus primeras fases.

No obstante, la financiación se profesionaliza a medida que las empresas maduran. El capital informal, principal fuente en todas las edades, cede peso al capital profesional y público conforme la *start-up* madura y su modelo se valida en el mercado. En esa transición, los *business angels* actúan como puente hacia la inversión institucional, aportando profesionalización, gobernanza y preparación para rondas posteriores, mientras que el *venture capital* valida el potencial de crecimiento. Más allá del capital, los fondos actúan como agentes de selección y aceleración empresarial.

Presencia de cada tipo de inversor

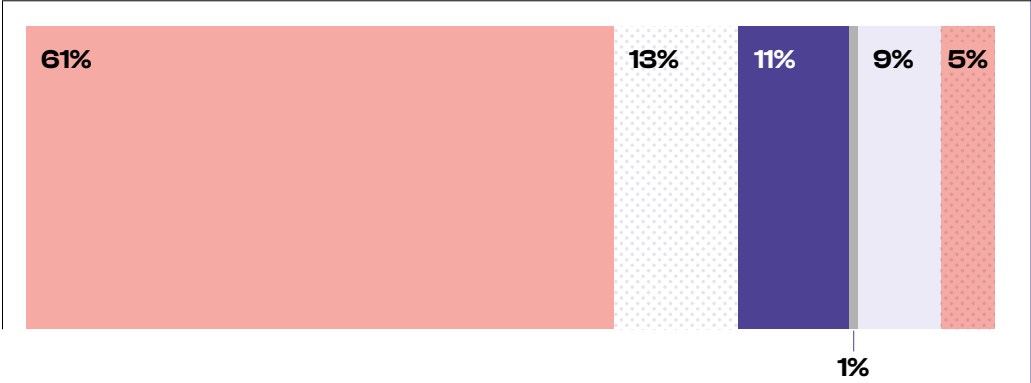
(% sobre el total de *start-ups*)



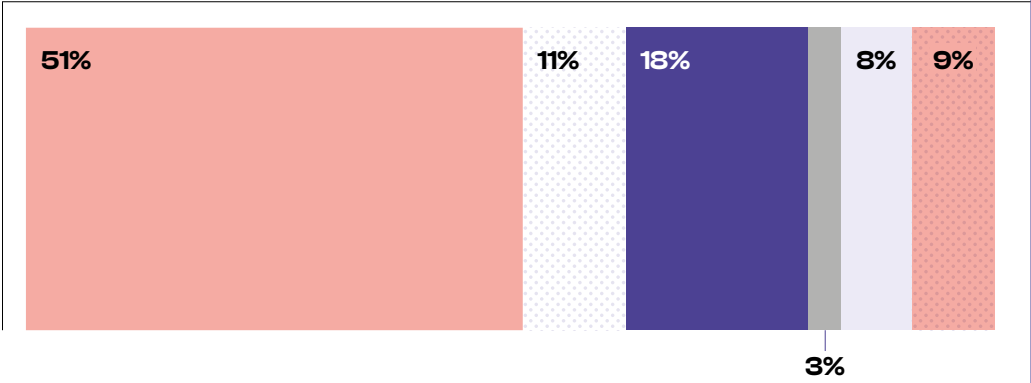
Principal tipo de inversor por antigüedad de la *start-up*

(% sobre el total)

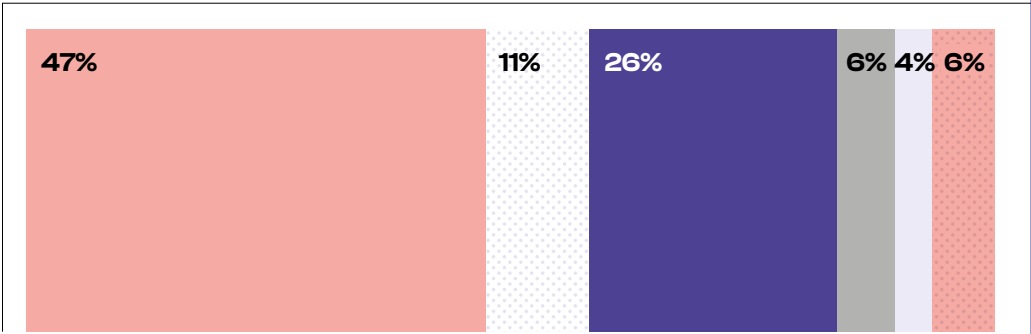
Menos de 1 año



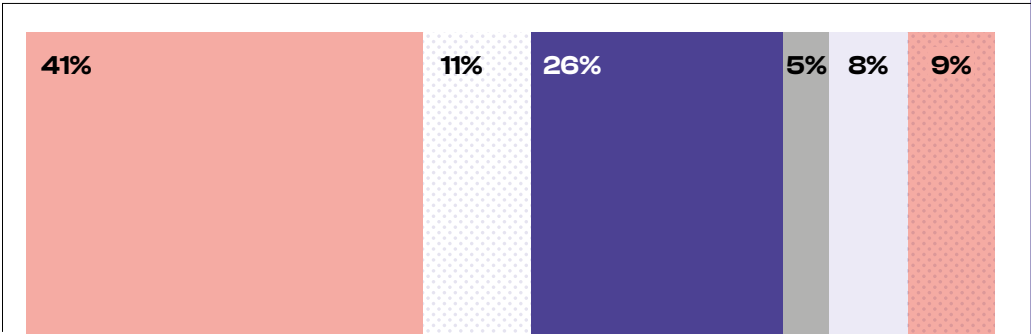
1 a 2 años



2 a 3 años



3 hasta menos de 4 años



- Propios (Socios)
- Familia/Amigos
- Business Angels
- Venture Capital
- Aceleradora/ Incubadora
- Otra empresa establecida/ Socio industrial

Nota: Principal inversor hace referencia al inversor que según el equipo fundador lidera el mayor volumen de financiación en la ronda.

Fuente: Afi a partir de Premios EmprendeXXI.

Los servicios concentran capital, mientras la industria y la construcción exigen *tickets* más altos

Por sectores, lideran la captación de financiación las empresas de servicios públicos y privados.

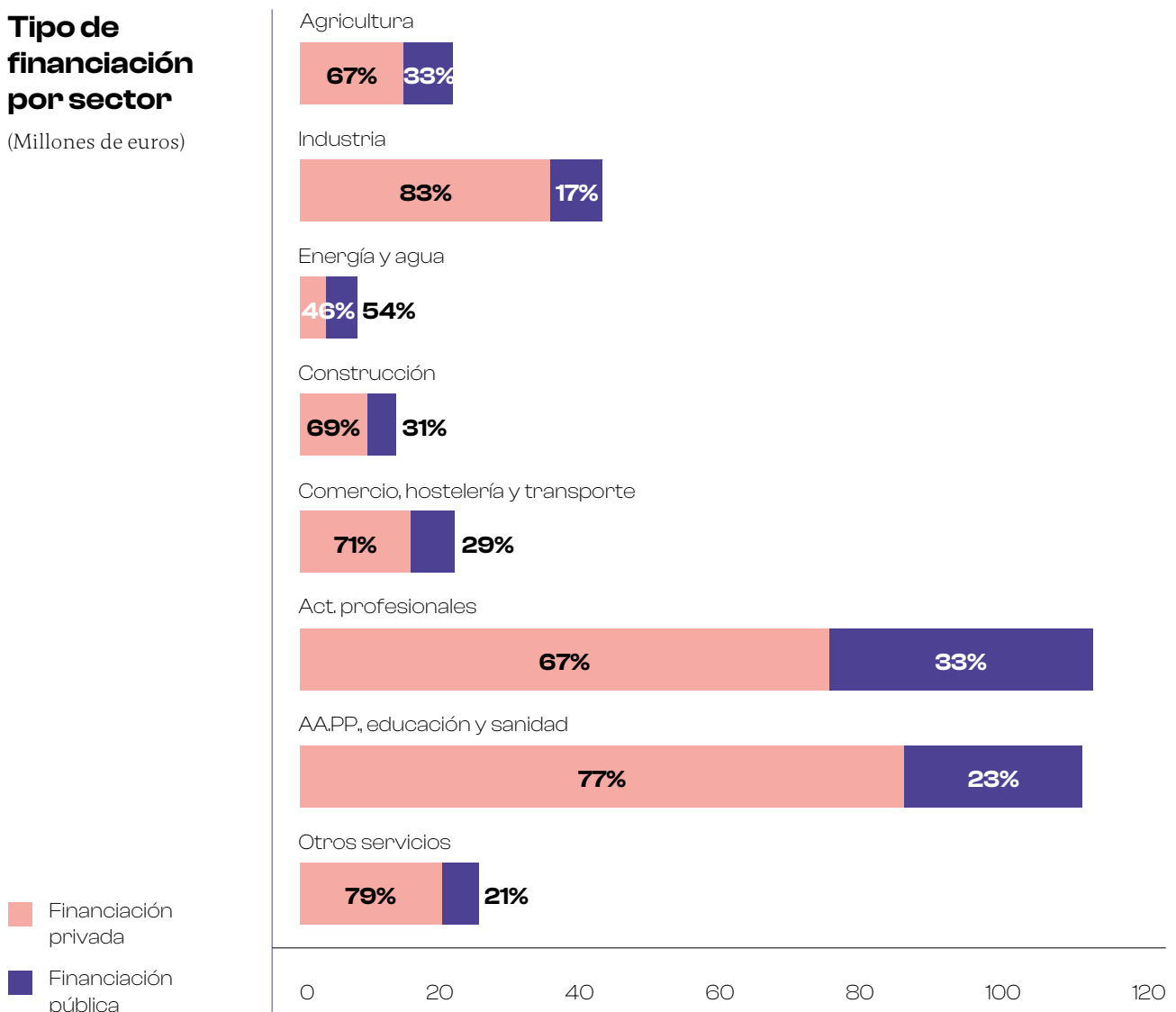
Las empresas de nueva creación relacionadas con Actividades profesionales y Administraciones Públicas, Educación y Sanidad acumulan más de 215 millones de euros de financiación de un total de 345 millones en esta edición, con un reparto muy similar entre financiación pública y privada. En conjunto, más de 6 de cada 10 euros han ido a parar a estos sectores. En todos los sectores la financiación privada es mayoritaria, salvo en las *start-ups* de energía y agua, donde predomina la financiación pública.

Sin embargo, el tipo de proyectos relacionados con la construcción y la industria son los que necesitan una mayor inyección de capital inicial.

La tipología de proyectos vinculados tanto con la construcción como con la industria son los que, en promedio, consiguen atraer una financiación media superior, alcanzando los 719.000 y 537.000 euros, respectivamente. En el lado opuesto encontramos aquellos vinculados con el comercio, la hostelería y el transporte, la energía y el agua u otros servicios.

Tipo de financiación por sector

(Millones de euros)



Financiación media por sector

(Euros)



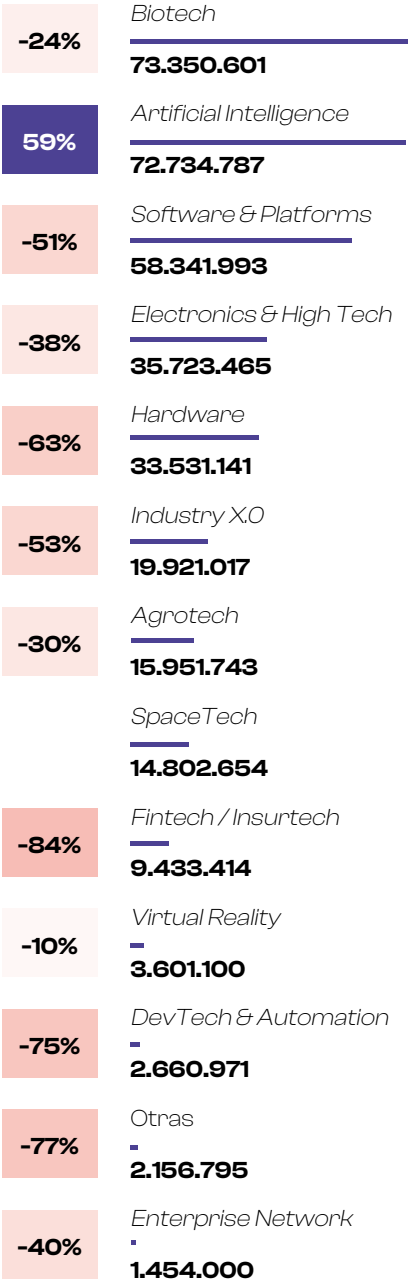
Biotech, IA y software concentran la financiación de la nueva ola tecnológica

La financiación por tecnología muestra una clara concentración en soluciones intensivas en conocimiento. Las empresas con base biotecnológica lideran la captación agregada de financiación con más de 73,3 millones de euros, seguidas muy de cerca por IA (72,7 millones) y, algo más alejadas, por Software & Platforms (58,3 millones). Estas tres categorías concentran casi el 60% de la financiación total recibida por las *start-ups* participantes (más de 204 millones de un total de 345).

El dato más relevante es que la financiación de la inteligencia artificial crece diferencialmente, al tiempo que el resto de tecnologías registra caídas. El auge de la inteligencia artificial como una tecnología transversal está teniendo su reflejo en número de empresas que la utilizan como base. Esto refuerza la idea de que la IA no solo gana presencia en número de *start-ups*, sino también en capacidad de atracción de capital.

La financiación media depende en parte del sector donde se desarrolle la *start-up*. Tecnologías como *Electronics & High Tech*, *SpaceTech* y *Biotech* requieren mayores importes por empresa, de ahí que las *start-ups* intensivas en el uso de estas tecnologías tengan en promedio una financiación superior. Esto es coherente con ciclos de desarrollo más largos, estructuras de mercado más complejas y sujetas a una mayor regulación, mayor intensidad de I+D, necesidad de prototipos físicos o infraestructuras específicas. En cambio, los modelos digitales pueden escalar con menores necesidades iniciales de capital, aunque concentren un volumen agregado relevante por su mayor número de compañías.

Distribución de la financiación total por tecnología



■ Importe total
■ Diferencia respecto a la edición anterior

Fuente: Afi a partir de Premios EmprendeXXI.

Madrid, Cataluña y País Vasco lideran la captación de capital

La distribución territorial de la financiación confirma la concentración del capital en los principales polos del ecosistema peninsular.

La Comunidad de Madrid y Cataluña reúnen conjuntamente más del 50% de la financiación total captada por las *start-ups* participantes, superando el 64% junto con las radicadas en el País Vasco, reflejo de las sinergias que encuentran las empresas tecnológicas emergentes en los grandes nodos de inversión, disponibilidad de talento y capital.

La financiación mediana por empresa dibuja un mapa distinto al del volumen total.

La financiación mediana del conjunto de la muestra se sitúa en 59.500 € por empresa. Cataluña y el País Vasco combinan importes medianos elevados por empresa junto con un peso destacado sobre la financiación total. Por otro lado, algunos territorios con pocas operaciones, como Lisboa o Asturias, registran medianas superiores pese a su reducido peso.

Otros territorios concentran un peso relevante de la financiación total pero con medianas moderadas o bajas.

La Comunidad de Madrid, líder en cuota de financiación con un 30% del total, presenta una mediana de 65.000 €, mientras que la Comunidad Valenciana y Andalucía, con cuotas también relevantes, se sitúan en la parte baja de la distribución (entre 25.000 € y 30.000 €).

Estas diferencias regionales deben interpretarse con cautela.

El reparto entre financiación pública y privada no muestra una relación clara con la mediana: comunidades con elevado peso de capital privado aparecen tanto entre las medianas más altas (Cataluña, País Vasco) como entre las más bajas (Madrid, Baleares). La dispersión responde, sobre todo, al reducido tamaño de algunas submuestras y al peso de operaciones puntuales de elevado importe.



— La concentración territorial y la capacidad de financiación por empresa arroja lecturas distintas en función del número de candidaturas y el peso de operaciones puntuales.

Financiación mediana y peso sobre el conjunto nacional de las *start-ups* por comunidad autónoma

	Financiación mediana por empresa (€)	Financiación* (%)	Financiación pública (%)	Financiación privada (%)
Lisboa, Sur e Islas (Portugal)	259.092	1,1%	17%	83%
Asturias	168.802	1,9%	35%	65%
Cataluña	117.345	22,8%	39%	61%
País Vasco	101.500	11,2%	19%	81%
Cantabria	100.000	0,5%	49%	51%
Castilla y León	90.000	2,1%	24%	76%
Galicia	87.150	3,2%	38%	62%
Navarra	75.000	2,7%	18%	82%
Canarias	66.500	2,3%	52%	48%
Comunidad de Madrid	65.000	30,1%	16%	84%
Región de Murcia	60.000	1,7%	34%	66%
Castilla-La Mancha	47.834	1,3%	10%	90%
Norte y Centro (Portugal)	43.500	1,2%	24%	76%
Aragón	43.000	1,0%	22%	78%
Comunidad Valenciana	30.000	6,0%	34%	66%
Andalucía	25.500	10,2%	34%	66%
La Rioja	10.500	0,3%	21%	79%
Islas Baleares	10.000	0,3%	15%	85%
Extremadura	3.000	0,1%	45%	55%

Fuente: Afí a partir de Premios EmprendeXXI.

Rasgos competitivos: tracción, talento y modelos para escalar

Tracción todavía temprana, expectativas de crecimiento acelerado

La monetización durante el primer año sigue siendo uno de los principales retos de las *start-ups* participantes. En 2024, el 57% de las empresas no reportó ventas, lo que refleja el elevado peso de compañías en fases iniciales de desarrollo, validación de producto o entrada al mercado. No obstante, dentro de la muestra existe un grupo con mayor tracción comercial: el 8% superó los 250.000 € de ventas y un 2% incluso alcanzó el millón, lo que evidencia la presencia de una cohorte con capacidad de escalado comercial.

El avance de resultados de 2025 apunta a que más del 40% de las *start-ups* facturó al menos 50.000 €. A pesar de que la dificultad de monetizar durante el primer año es superior respecto a la edición anterior (57% vs. 54%), más de un 40% de las empresas emergentes reportó una facturación superior a los 50.000 € en 2025, con un 4% de ellas incluso superando el millón. Esta evolución revela el potencial de crecimiento y comercialización de una parte relevante de la muestra.

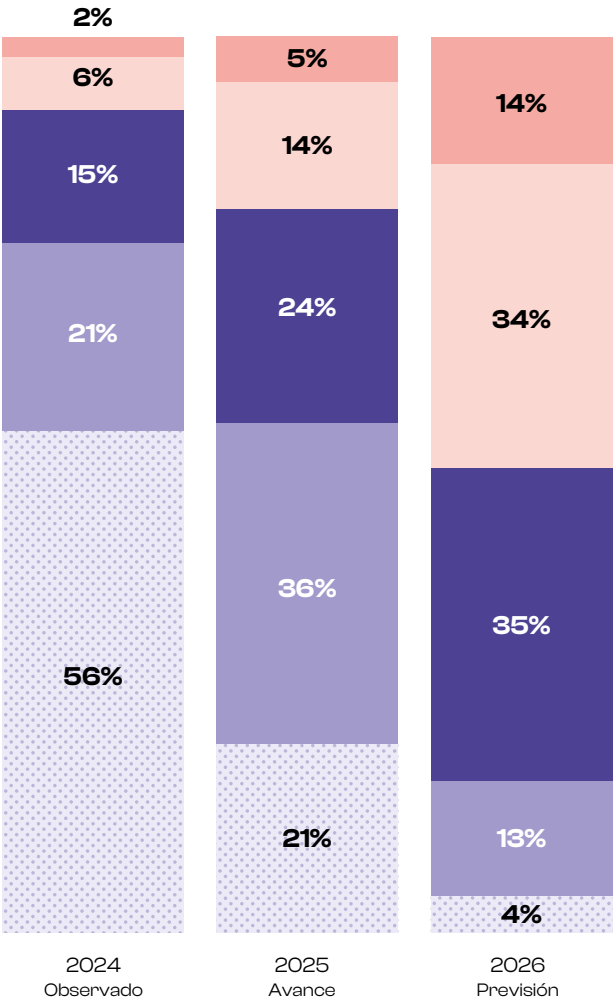
Las previsiones de las compañías apuntan a una fuerte expansión comercial en los próximos dos años. Para 2026, casi la mitad de las *start-ups* espera superar los 250.000 euros de ventas y un 14% prevé rebasar el millón. Al mismo tiempo, el porcentaje sin ventas reportadas caería hasta el 5%. Esta evolución refleja una expectativa de maduración del ecosistema, aunque dependerá de la capacidad de las empresas para validar tecnologías y captar clientes y financiación recurrentes.

La antigüedad es un factor clave. En 2024, solo el 8% de las *start-ups* con menos de un año tenía ventas, frente al 41% entre las de 1 a 2 años y el 72% entre las de más de 2 años. Las previsiones para 2026 apuntan a una convergencia hacia niveles superiores al 95% en todas las cohortes, lo que confirma que el paso del tiempo y la consolidación del proyecto son determinantes para transformar la innovación en facturación.

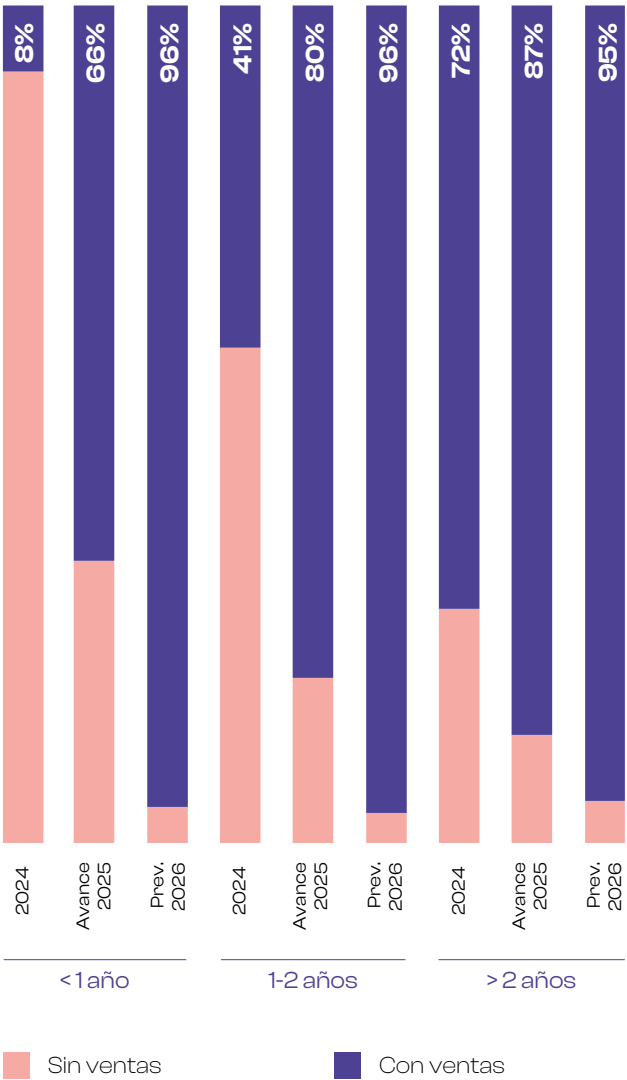


— Más de la mitad de las *start-ups* analizadas avanzaban una facturación de entre 50.000€ y 1M€ durante 2025, con crecimientos sostenidos durante 2026.

Distribución de las *start-ups* según sus ventas actuales y esperadas*



Porcentaje de *start-ups* con y sin ventas por antigüedad



Fuente: Afi a partir de Premios EmprendeXXI.

Nota: Las previsiones recogidas en esta figura y en diapositivas sucesivas en cuanto a ventas, rentabilidad y empleo, corresponden a expectativas declaradas por las empresas participantes en los Premios EmprendeXXI y no constituyen estimaciones realizadas por Afi y/o CaixaBank.

Rasgos competitivos

No todas monetizan igual: el ciclo tecnológico condiciona la entrada al mercado

— A pesar de que la monetización llega más tarde, conviene no infravalorar el potencial de los proyectos *deep-tech*.

El porcentaje de *start-ups* con ventas aumenta con la antigüedad en todas las tecnologías, pero el ritmo de entrada en mercado no es homogéneo. Las diferencias que se observan en las ventas reportadas en 2024 responden a la naturaleza de cada solución, al tipo de cliente objetivo, al ciclo comercial y a los requisitos técnicos o regulatorios necesarios antes de comercializar los productos.

Las tecnologías más cercanas a modelos digitales, B2B o de integración empresarial muestran una monetización más temprana. Las empresas con soluciones vinculadas a la empresa, como *Enterprise Network*, *Fintech/Insurtech* o *Software & Platforms*, declaran ventas en fases relativamente iniciales. En estos ámbitos, la validación comercial puede realizarse antes mediante pilotos, licencias, suscripciones o contratos directos con empresas.

En cambio, categorías como *Biotech*, *Hardware*, *Electronics & High Tech* o *Agrotech* suelen presentar ciclos de desarrollo más largos. La comercialización puede depender de prototipos, ensayos, certificaciones, inversiones cuantiosas, validación científica o adopción por parte de clientes industriales. Por ello, una menor presencia de ventas en los primeros años no implica necesariamente menor potencial, sino una trayectoria de maduración distinta.

La lectura de las ventas debe ajustarse, por tanto, al ciclo tecnológico de cada *start-up*. En tecnologías digitales, la tracción comercial temprana es un indicador especialmente relevante. En tecnologías científicas, industriales o *hardware-based*, la evaluación debe combinar ventas con otros hitos: desarrollo de producto, validación técnica, propiedad intelectual, financiación y acuerdos con clientes.

Porcentaje de empresas que venden por tecnología y antigüedad

Tecnología	Menos de 1 año	1-2 años	Más de 2 años
<i>Enterprise Network</i>	40%	75%	80%
<i>Fintech / Insurtech</i>	29%	30%	81%
<i>SpaceTech</i>	25%	33%	78%
<i>Software & Platforms</i>	9%	39%	80%
<i>Artificial Intelligence</i>	6%	43%	65%
<i>Agrotech</i>	9%	26%	77%
<i>Industry X.O</i>	7%	58%	100%
<i>Biotech</i>	5%	22%	57%
<i>Hardware</i>	0%	29%	33%
<i>Electronics & High Tech</i>	0%	50%	50%

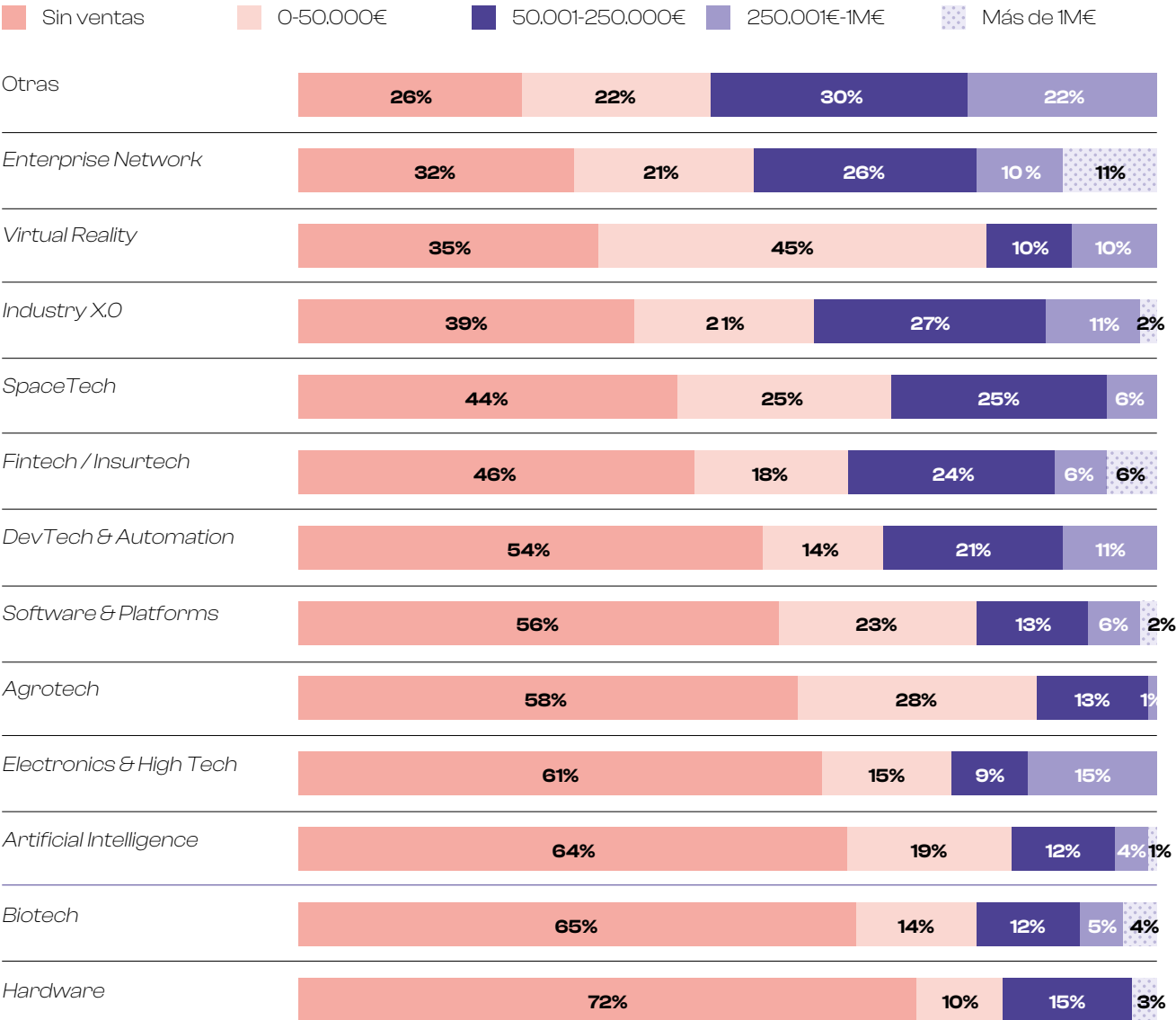
Fuente: Afi a partir de Premios EmprendeXXI.

Monetización por tecnología: señales comerciales más allá de las ventas iniciales

La monetización depende de la capacidad de las empresas para transformar esa presencia en el mercado en volúmenes relevantes de facturación. Las tecnologías orientadas a resolver necesidades empresariales concretas –como Enterprise Network, Industry X.O o Fintech/Insurtech– tienden a mostrar una conversión más clara hacia tramos medios y altos de ventas, al estar vinculadas a eficiencia, automatización, infraestructura tecnológica o servicios para empresas. En Enterprise Network, por ejemplo, el 11% de las empresas reportó ventas superiores al millón de euros en 2024.

En otras tecnologías, en cambio, la facturación puede tardar más en consolidarse. En unos casos pesan los ciclos largos de desarrollo, validación técnica, certificación o industrialización; en otros, la juventud de muchas compañías y la búsqueda de casos de uso con ingresos recurrentes. Por tanto, la capacidad de monetizar debe leerse en función del ciclo tecnológico y no solo del nivel de ventas observado en una fase temprana.

Distribución de las start-ups según ventas y tecnología principal



Fuente: Afi a partir de Premios EmprendeXXI.

Rasgos competitivos

Rentabilidad prevista vs. realidad: el *gap* habitual del escalado temprano

La generación de resultados muestra una brecha entre la realidad y las previsiones.

En 2024, el 56% de las *start-ups* presentó resultados, pero solo el 28% alcanzó un resultado de explotación positivo. Esto sugiere que el proceso de monetización y desarrollo de producto inicial no se traduce de forma inmediata en rentabilidad.

Las previsiones anticipan una mejora muy rápida.

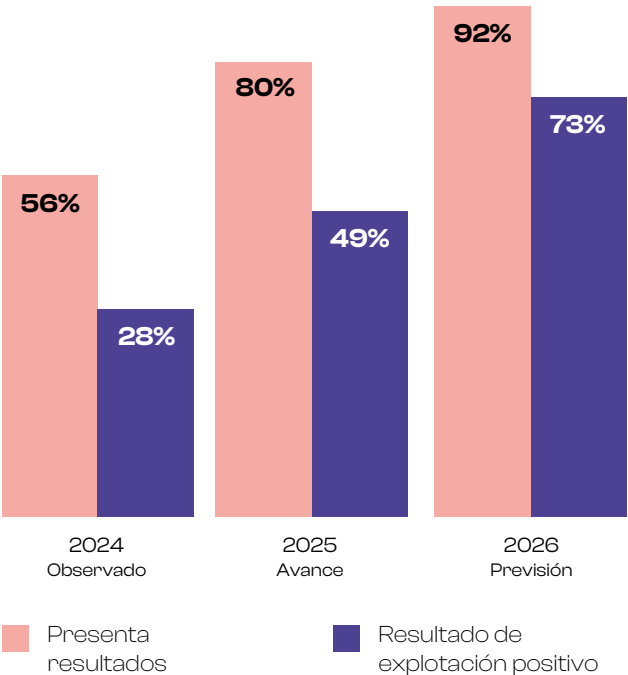
Para 2026, el 92% espera presentar resultados y el 73% lograr un resultado de explotación positivo, en una transición hacia modelos monetizados y más sostenibles. La brecha entre la rentabilidad observada (28%) y la prevista (73%) refleja expectativas muy por encima de los resultados actuales; aunque es habitual

en empresas innovadoras en crecimiento, debe interpretarse considerando la incertidumbre inherente al escalado empresarial.

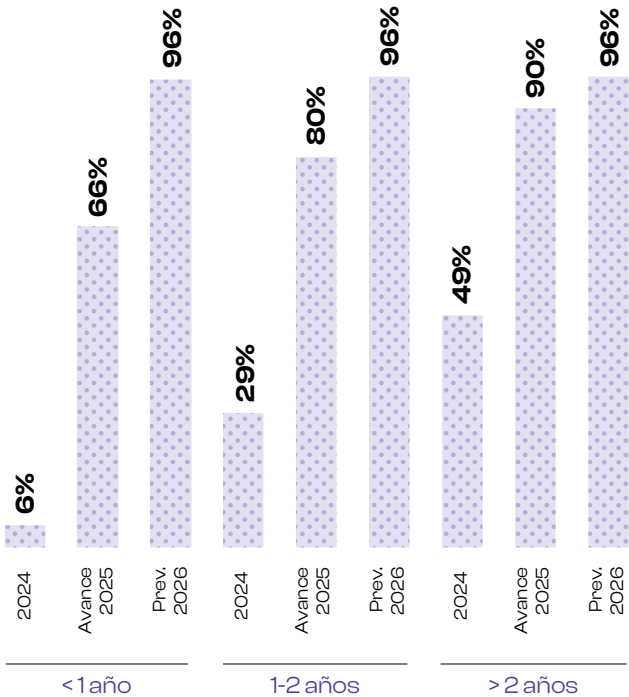
Sin embargo, la obtención de resultados positivos puede llevar más tiempo del inicialmente previsto.

El análisis del número de *start-ups* por antigüedad y con resultado de explotación positivo revela que el proceso de generar resultados positivos puede llevar más tiempo del previsto. Aunque el conjunto de las empresas que prevén lograr un resultado positivo aumenta del 28% en 2024 al 73% en 2026, tan solo el 49% de las empresas de más de dos años reporta resultados positivos.

Distribución de las *start-ups* según resultado



Porcentaje de *start-ups* con resultado de explotación positivo por antigüedad



Fuente: Afi a partir de Premios EmprendeXXI.

Internacionalización temprana: la UE como mercado natural de expansión

La internacionalización se mantiene como un rasgo relevante del ecosistema. El 44% de las *start-ups* participantes vende en mercados internacionales, un porcentaje destacado teniendo en cuenta la juventud de la mayoría de las compañías. Entre las empresas internacionalizadas, las ventas exteriores representan, de media, el 35% de su facturación.

La internacionalización temprana emerge como una característica clave del emprendimiento tecnológico actual. Las compañías emergentes parecen alejarse de los patrones tradicionales donde la expansión exterior se producía únicamente tras consolidar el mercado doméstico. Una parte creciente de las *start-ups* adopta comportamientos propios de empresas *born global*, diseñando desde su origen productos orientados a mercados internacionales.

La Unión Europea es el mercado natural de expansión. Es el principal mercado internacional para el 70% de las *start-ups* que venden fuera y está presente en el 48% de las compañías con actividad internacional. La cercanía regulatoria, geográfica y comercial explica que sea la primera vía de escalado.

América del Sur y Estados Unidos y Canadá aparecen como destinos relevantes. América del Sur es el mercado principal para el 26% de las *start-ups* internacionalizadas y figura en el 22% de los mercados secundarios. Estados Unidos y Canadá pesan menos como destino principal, pero el 16% ya vende allí (3 p.p. más que en la edición anterior), señal de su papel complementario.

En un contexto de mayor incertidumbre geopolítica y fragmentación comercial, la diversificación de mercados gana peso como estrategia empresarial. La Unión Europea sigue siendo el mercado natural de expansión de las *start-ups* ibéricas por su proximidad regulatoria, cultural y económica, pero la presencia creciente en destinos como África o el Pacífico Sur refleja una progresiva sofisticación de las estrategias de crecimiento internacional.



Porcentaje de empresas que tienen actividad internacional por mercados

	Mercado principal	Otros mercados en los que vende
Unión Europea	70%	48%
América del Sur	26%	22%
EE. UU. y Canadá	1%	16%
China	0%	3%
África	1%	3%
Oriente Medio	1%	5%
Pacífico Sur	1%	3%

Fuente: Afi a partir de Premios EmprendeXXI.

Rasgos competitivos

Salir fuera se asocia a mayor tracción comercial y ambición de escala

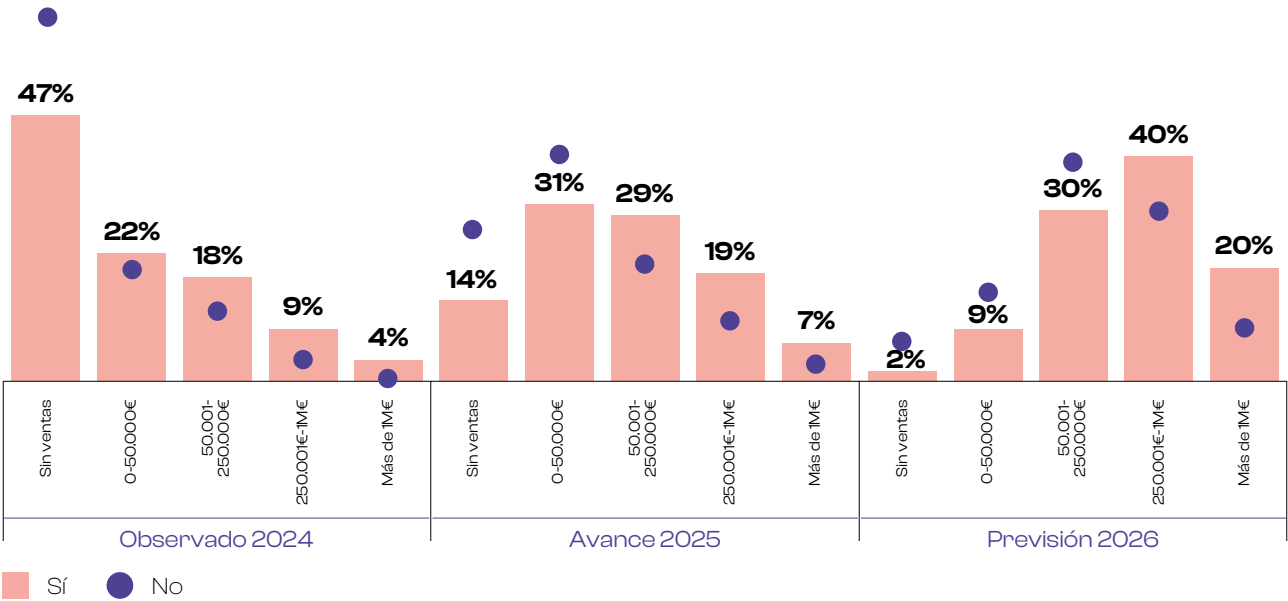
— Las *start-ups* internacionalizadas monetizan antes y alcanzan tramos de facturación superiores que las que operan solo en el mercado doméstico.

Las *start-ups* internacionalizadas presentan una posición comercial más avanzada. En 2024, el 47% de las empresas que venden en mercados exteriores no reportó ventas, una proporción mucho menor que las no internacionalizadas (64%). Además, las empresas con actividad internacional muestran una mayor presencia en los tramos superiores de facturación (el 13% reporta ingresar más de 250.000 €, frente al 5% de las no internacionalizadas), lo que sugiere que la salida exterior está asociada a una mayor capacidad de conversión comercial y a modelos con más potencial de escala.

Esta diferencia se amplía en las previsiones. Para 2025 y 2026, las empresas internacionalizadas anticipan una transición más rápida hacia niveles de ventas medios y altos, mientras que las no internacionalizadas siguen más concentradas en los tramos bajos de facturación. En 2026, las compañías con presencia internacional prevén una mayor proporción de empresas por encima de 250.000 € y de un millón de euros de ventas, reforzando la relación entre expansión exterior y crecimiento comercial.

Los resultados muestran una asociación positiva entre internacionalización y mayor desarrollo comercial. Acceder a más mercados exteriores amplía la base potencial de clientes, reduce la dependencia de la demanda doméstica y permite capturar oportunidades en entornos donde la solución puede tener mayor encaje.

Distribución de empresas por nivel de ventas según su participación en mercados internacionales



Fuente: Afi a partir de Premios EmprendeXXI.

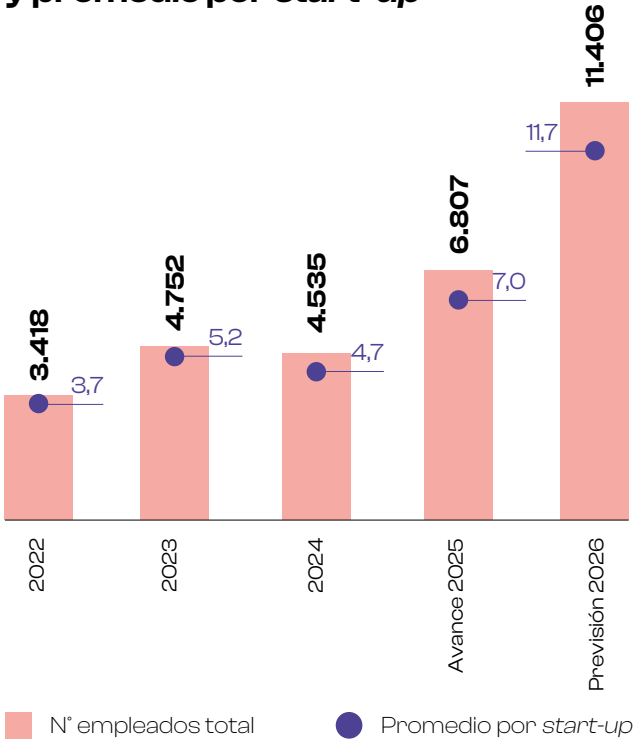
Equipos pequeños hoy, organizaciones en construcción para escalar mañana

En términos de equipo, las start-ups participantes han ganado tamaño en los últimos años y anticipan una fase de fuerte crecimiento. El empleo agregado pasa de 3.418 personas en 2022 a 6.807 en 2025, y las empresas prevén alcanzar las 11.406 en 2026, casi duplicándose en un año. Esta evolución también se refleja en el tamaño medio por empresa, que pasa de menos de 4 integrantes en 2022 a 7 en 2025 y casi 12 en 2026.

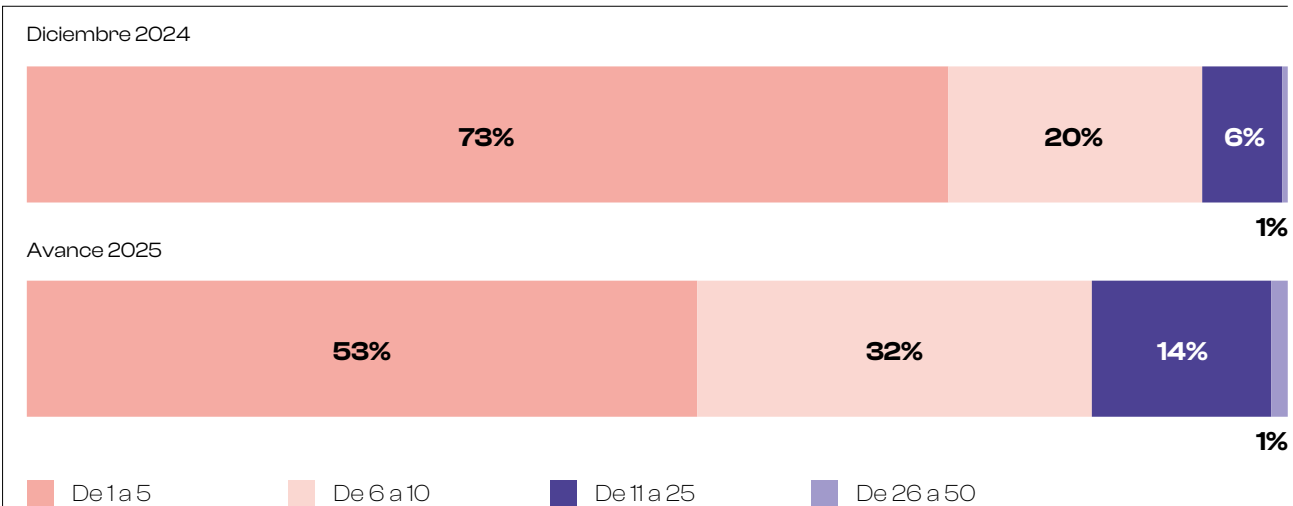
A pesar de esta expansión prevista, la estructura actual sigue dominada por equipos pequeños. En diciembre de 2024, el 73% de las start-ups tenía entre 1 y 5 integrantes, lo que confirma que una parte importante continúa en fases iniciales de desarrollo. Para 2025, sin embargo, se anticipa un desplazamiento hacia equipos de mayor dimensión: el peso del tramo de 1 a 5 integrantes cae al 53%, mientras ganan presencia las empresas de 6 a 10 personas, que alcanzarían el 31%, y las de 11 a 25, que llegarían al 14%.

El crecimiento previsto tiene además una lectura territorial relevante. El 97% de las empresas concentra más del 60% de su equipo en España, lo que sugiere que el escalado de estas start-ups puede traducirse en generación de empleo local, incluso en compañías con vocación internacional. En conjunto, los datos apuntan a un ecosistema todavía joven en tamaño, pero con expectativas claras de expansión a corto plazo, condicionadas a la disponibilidad futura de financiación y al éxito comercial de los proyectos.

Número total de empleados y promedio por start-up



Composición de los equipos por tamaño



Fuente: Afi a partir de Premios EmprendeXXI.

Founders más diversos y cualificados, con experiencia para competir

El tamaño de los equipos fundadores se mantiene relativamente estable. Las *start-ups* participantes cuentan, de media, con 2,4 personas fundadoras, apenas 0,1 más que en la edición anterior. También se observa un grado relevante de compromiso con el proyecto: la dedicación media del equipo fundador se sitúa en torno al 44%, y en el 20% de las *start-ups* supera el 60%. En términos de propiedad, los equipos fundadores declaran conservar, de media, más de un tercio del capital, aunque solo en el 17% de los casos mantienen más de la mitad de la propiedad.

— Mayor presencia femenina en equipos y mayor cualificación y experiencia profesional, las principales ventajas competitivas de las *start-ups*.

La presencia femenina mejora de forma clara en términos de participación en los equipos, aunque no en equipos exclusivamente formados por ellas. El 48% de las *start-ups* cuenta con al menos una mujer fundadora, frente al 33% observado en años anteriores, lo que apunta a una mayor presencia de

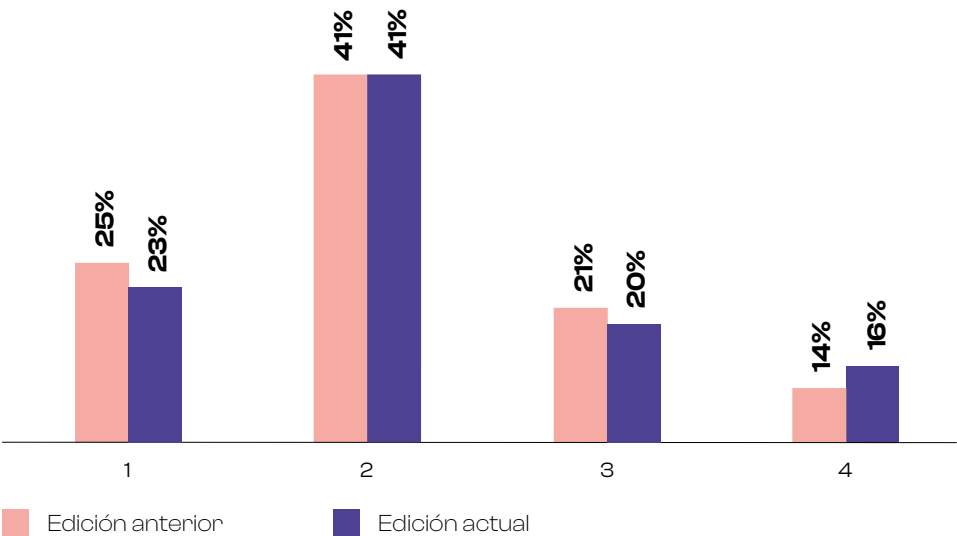
equipos mixtos. Aun así, la brecha sigue siendo relevante: las mujeres representan el 25% de las personas fundadoras y el 25% de las *start-ups* tiene una CEO mujer. Además, solo el 11% de las compañías está fundado exclusivamente por mujeres, dos puntos menos que en la edición anterior, mientras que el 53% mantiene equipos fundadores formados solo por hombres.

El elevado nivel de cualificación y experiencia de los equipos fundadores sugiere una creciente profesionalización del ecosistema emprendedor. El 42% de las personas fundadoras cuenta con máster, el 29% con grado universitario y el 18% con doctorado, cinco puntos más que en la edición anterior. A ello se suma una trayectoria profesional muy significativa: en casi el 60% de las *start-ups*, los equipos fundadores acumulan más de 11 años de experiencia, y en el 38% de los casos esta no es la primera empresa que crean. En conjunto, el ecosistema muestra equipos fundadores más diversos en composición, con alta formación y con experiencia suficiente para afrontar fases de validación, crecimiento y escalado.

En síntesis, el perfil fundador observado combina experiencia profesional, conocimiento técnico y especialización sectorial, una ventaja competitiva relevante en mercados intensivos en innovación.

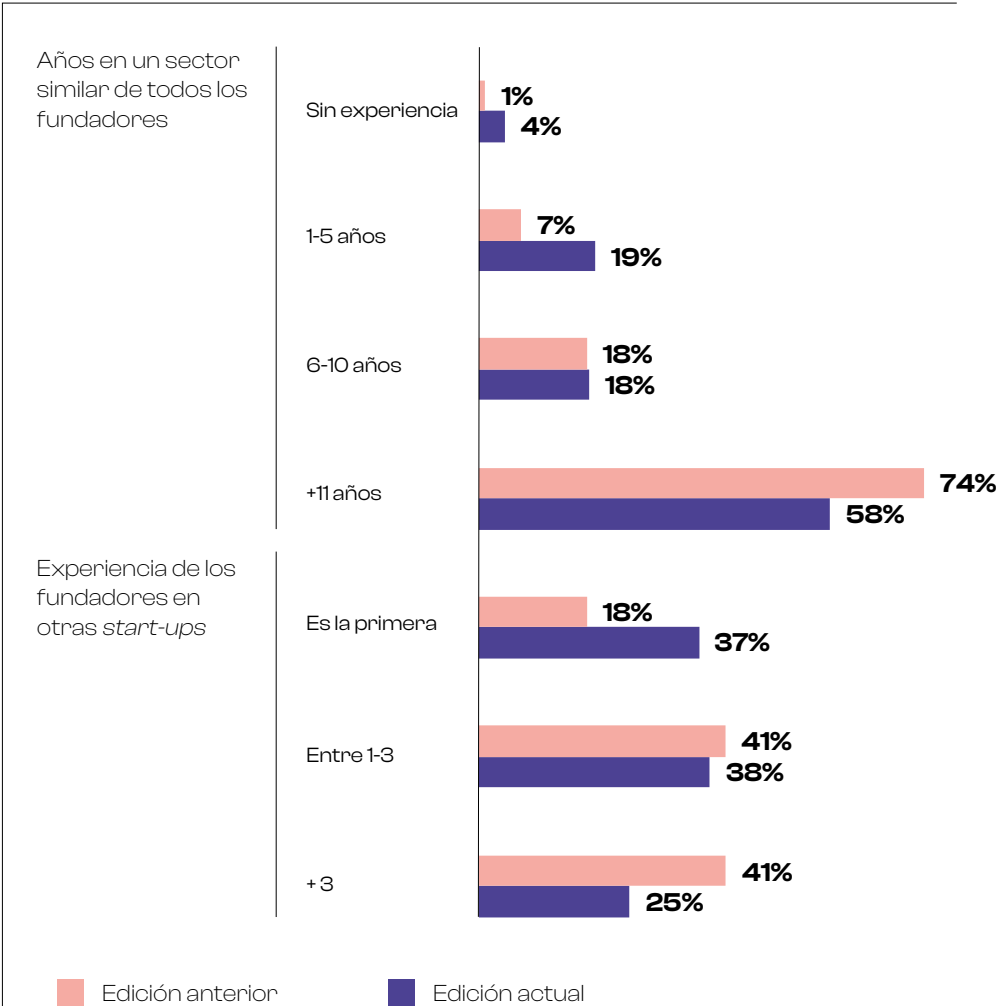


Distribución de empresas por número de fundadores



Fuente: Afi a partir de Premios EmprendeXXI.

Distribución de *start-ups* por experiencia en otros emprendimientos



Fuente: Afi a partir de Premios EmprendeXXI.

Del problema de mercado a la ventaja tecnológica: cómo compiten las *start-ups*

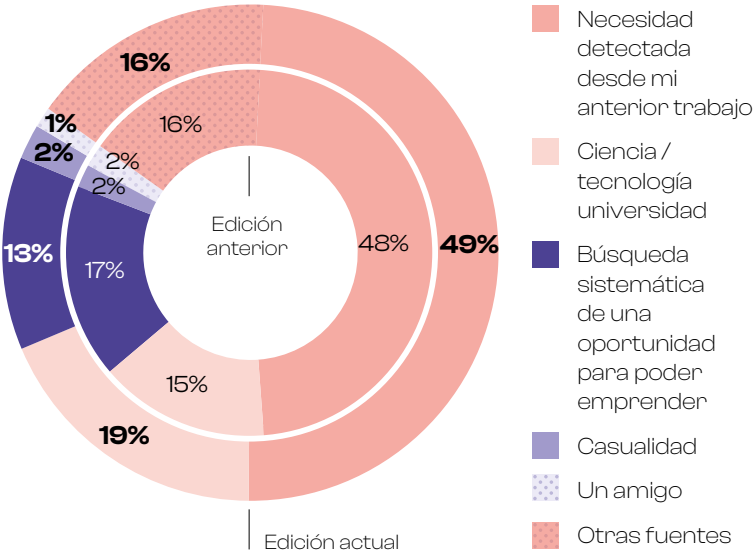
Motivo principal por el cual se fundó la *start-up*

El origen de las *start-ups* está muy vinculado a la identificación de necesidades reales en el entorno profesional. La principal motivación para emprender sigue siendo la necesidad detectada durante la trayectoria profesional previa, señalada por una de cada dos empresas. Esto apunta a un emprendimiento menos basado en ideas abstractas y más conectado con problemas observados en clientes, sectores o procesos productivos concretos. Además, gana peso la ciencia o tecnología procedente de la universidad, que alcanza el 19% frente

al 15% de la edición anterior, reforzando la importancia de la transferencia de conocimiento como vía de creación de nuevas empresas.

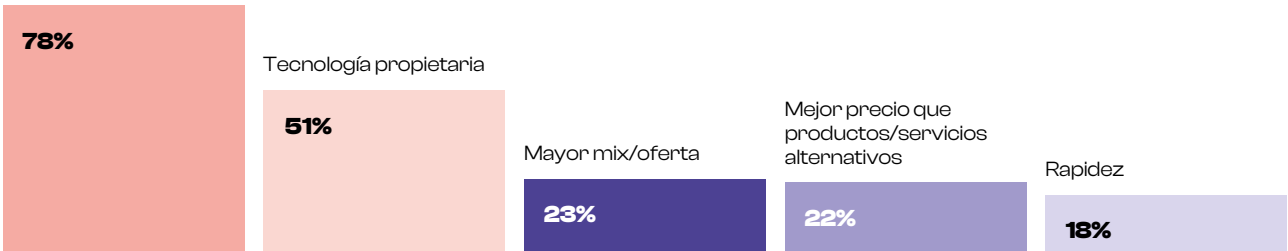
El grado de madurez de los proyectos muestra un ecosistema orientado al mercado. El 68% de las *start-ups* se sitúa en fases con actividad comercial (ventas o crecimiento), mientras que solo el 10% declara estar aún en desarrollo de producto. Por tanto, la mayor parte de las compañías han superado ya las fases más iniciales de ideación o MVP y se encuentran en etapas de validación comercial, captación de clientes o escalado.

La diferenciación competitiva se apoya sobre todo en la calidad de la solución y en la tecnología propia. El producto o servicio superior al de la competencia es el principal factor diferencial, señalado por el 78% de las *start-ups*, mientras que la tecnología propietaria aparece en segundo lugar, con el 51%. Otros factores, como una mayor oferta, mejor precio o rapidez tienen un peso comparativamente menor. La lectura de fondo es que estas empresas no compiten principalmente por coste, sino por propuesta de valor, especialización tecnológica y capacidad para resolver mejor una necesidad de mercado.



Elemento diferencial clave respecto a la competencia

Producto/servicio superior al de la competencia



Fuente: Afi a partir de Premios EmprendeXXI.

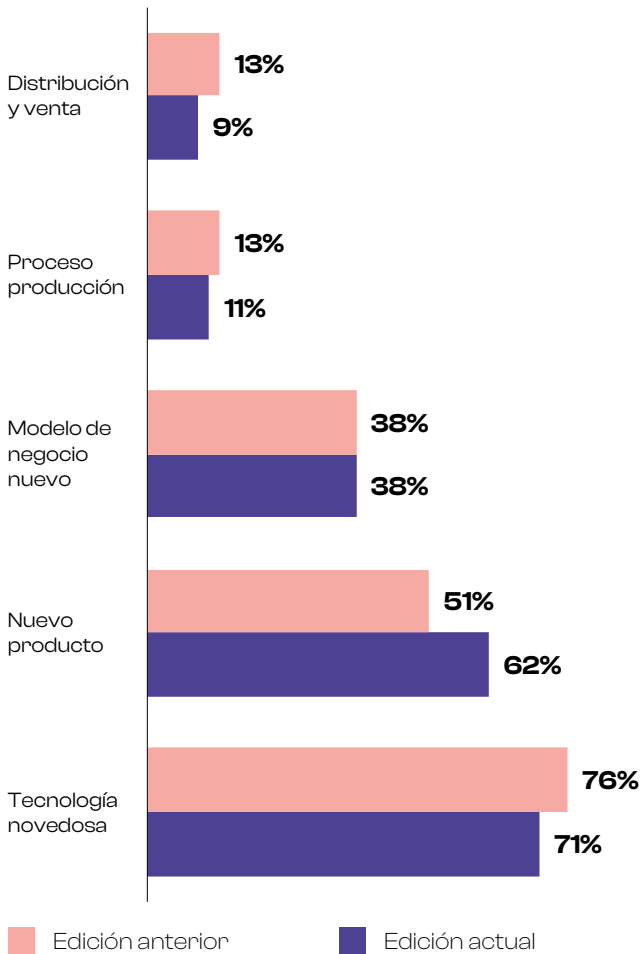
Innovación protegida: tecnología, producto y propiedad intelectual como barreras

La diferenciación innovadora de las *start-ups* participantes se basa principalmente en la aplicación de tecnología novedosa y en el desarrollo de nuevos productos. La tecnología sigue siendo el principal factor de innovación, aunque modera su peso respecto a la edición anterior, del 76% al 71%. En paralelo, gana relevancia el nuevo producto, que pasa del 51% al 62%, lo que refleja una mayor orientación hacia soluciones tangibles, comercializables y reconocibles para el mercado.

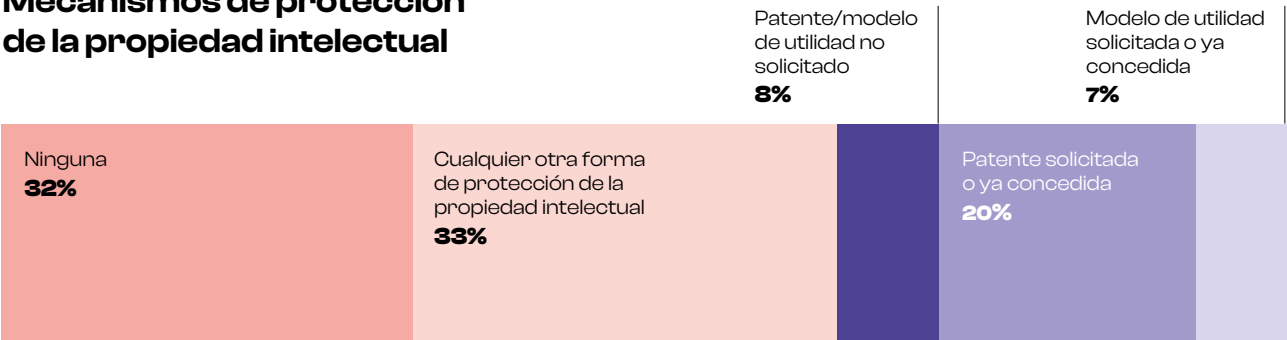
El cambio es menos intenso en el resto de palancas. La proporción de empresas que identifican como motivo de su creación la apertura de un nuevo modelo de negocio se mantiene estable (38%), mientras que las mejoras en procesos de producción y en distribución o venta siguen teniendo un peso más reducido (entre el 9% y el 11%). Esta estructura apunta a un ecosistema donde la innovación se concentra en la combinación de tecnología aplicada, desarrollo de producto y propuesta de valor diferencial.

La protección de la propiedad intelectual actúa como mecanismo de defensa de esa diferenciación en una parte relevante de las empresas. Entre las empresas para las que tiene sentido aplicar estos mecanismos, dos de cada tres recurren a alguna forma de protección: el 20% ha solicitado o dispone ya de una patente, un 8% ha solicitado una patente o modelo de utilidad, y otro 33% ha recurrido a otras formas de protección. Las fórmulas vinculadas a modelos de utilidad tienen menor presencia, y casi un tercio de las compañías declara no ejercer ninguna opción en este ámbito.

Motivos principales que hacen innovadora a la *start-up*



Mecanismos de protección de la propiedad intelectual



Fuente: Afi a partir de Premios EmprendeXXI.

B2B, corporaciones y sector público ganan peso como clientes tractores

— El cliente particular pierde peso frente a un ecosistema cada vez más orientado a empresas, pymes e instituciones públicas.

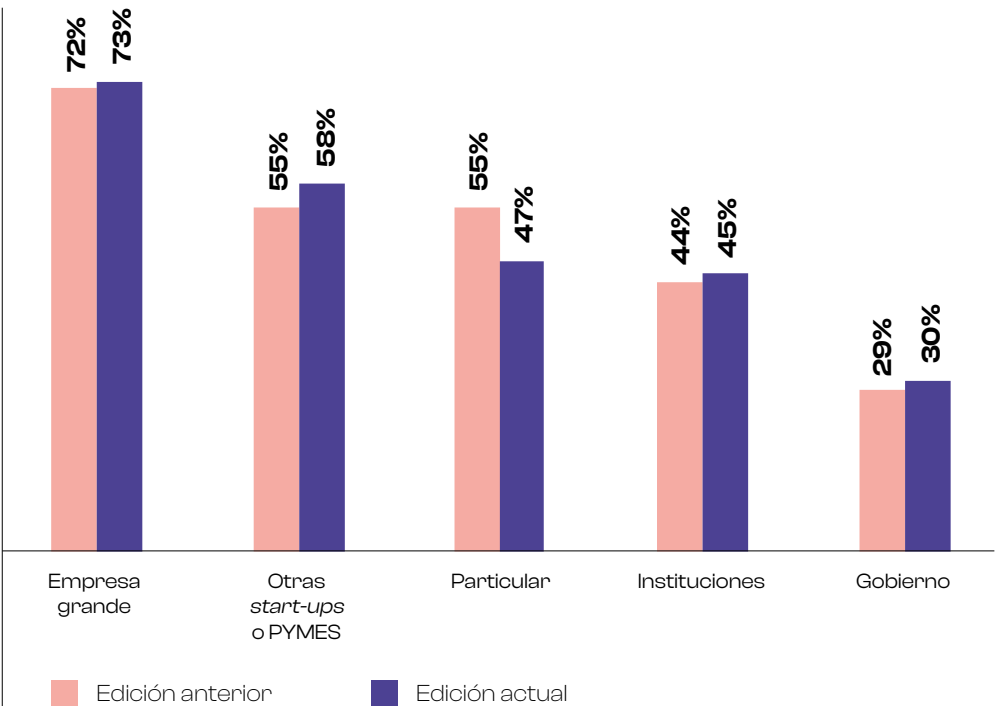
La estructura de clientes confirma una mayor orientación hacia la demanda empresarial. La gran empresa se mantiene como el principal canal de comercialización, con presencia en el 73% de las *start-ups* (vs. 72% en la edición anterior), mientras que también aumenta el peso de otras *start-ups* o pymes como clientes, del 55% al 58%. En conjunto, las empresas reportan un papel creciente del B2B como canal de venta principal.

En paralelo, el cliente particular pierde relevancia, pasando del 55% al 47%, lo que apunta a una menor presencia relativa de modelos puramente B2C. Esta caída, junto con el avance de pymes y otras *start-ups*, sugiere que muchas compañías están orientando su crecimiento hacia soluciones con mayor encaje en procesos corporativos, digitalización o innovación en servicios. Esta orientación puede implicar

ciclos comerciales más largos, pero también mayor capacidad para generar contratos recurrentes, tickets medios superiores y, en última instancia, una mayor escalabilidad a medio plazo.

También aumenta la relación con el sector público. La relación de las empresas con organizaciones del sector público también ha aumentado en esta edición: un porcentaje mayor de ellas identifica como clientes tanto a las instituciones como al Gobierno, reforzando el papel de administraciones y entidades públicas como clientes potenciales. Este avance conecta con ámbitos donde las *start-ups* tienen una presencia creciente, como salud, sostenibilidad, movilidad, servicios urbanos o digitalización administrativa. En conjunto, la evolución respecto a la edición anterior dibuja un ecosistema menos apoyado en el consumidor final y más orientado a resolver necesidades de empresas, pymes e instituciones.

Porcentaje de *start-ups* que venden a cada tipo de cliente



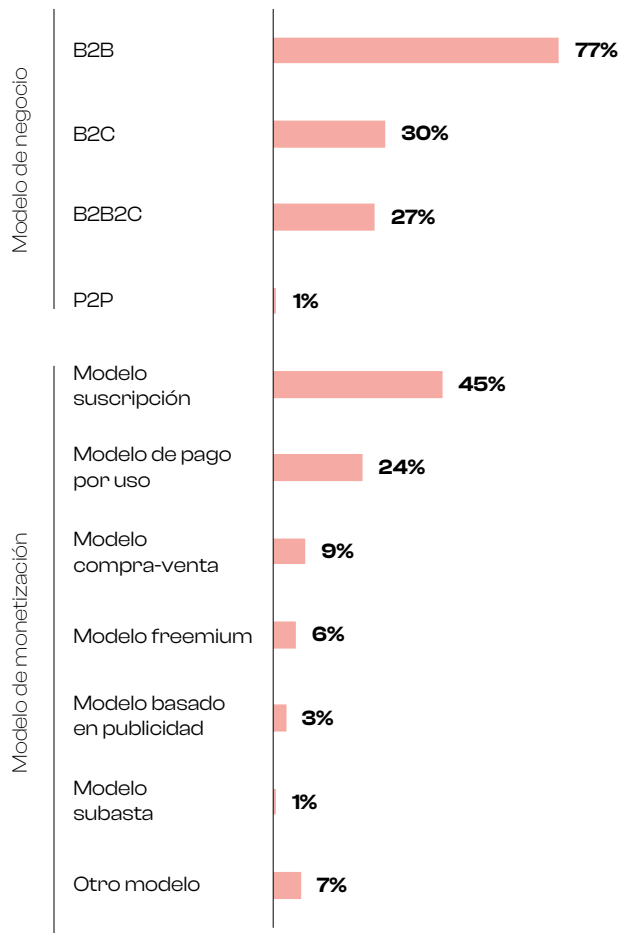
Fuente: Añ a partir de Premios EmprendeXXI.

B2B y recurrencia: la arquitectura comercial dominante de las *start-ups*

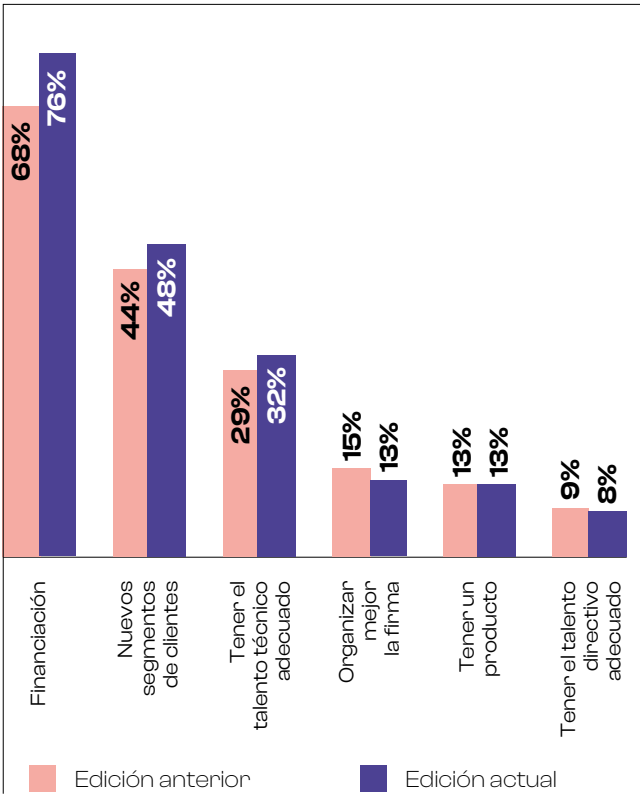
Los modelos de negocio siguen claramente orientados al mercado empresarial. El B2B es el esquema dominante y alcanza al 77% de las compañías, por delante del B2C (30%) y del B2B2C (27%). Este predominio confirma una evolución estructural hacia mercados empresariales caracterizados por mayores tickets medios, ingresos recurrentes y escalabilidad internacional. Las nuevas generaciones de *start-ups* muestran una mayor orientación hacia el cliente empresarial frente al consumo masivo, objetivo de las anteriores.

La monetización a través de suscripciones y pago por uso refuerza esta apuesta. La suscripción es el modelo más extendido (45% de las *start-ups*), seguido del pago por uso (24%). Ambos priorizan los ingresos recurrentes frente a esquemas transaccionales como la compraventa (9%), reforzando la orientación hacia ingresos previsibles y escalables.

Fuentes de generación de ingresos de las *start-ups*



Principales retos a medio plazo



Fuente: Afi a partir de Premios EmprendeXXI.

Los retos a medio plazo muestran, sin embargo, que el crecimiento sigue condicionado fundamentalmente por la financiación.

La financiación se afianza como el principal desafío a medio plazo de las *start-ups* y aumenta del 68% al 76%, lo que confirma la presión por captar recursos en un contexto inversor más selectivo. La captación de nuevos segmentos de clientes también gana peso, reflejando la necesidad de ampliar mercado y acelerar tracción comercial. En tercer lugar aparece el talento adecuado, lo que indica que el escalado también depende del capital humano y la capacidad para incorporar perfiles especializados que permitan desarrollar, adaptar y sostener la propuesta tecnológica.

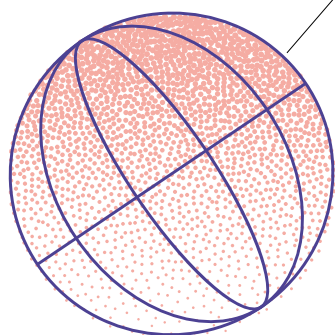
— La financiación y la escala se afianzan como los principales retos a abordar por el ecosistema.

Top 100: claves del potencial *scale-up*

Top 100. El perfil de las mejores *start-ups*

Top 100: más madurez, más diversificación y mayor intensidad de capital

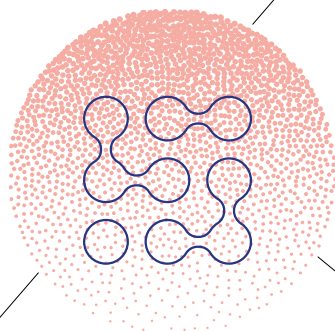
El análisis de las 100 *start-ups* mejor valoradas permite identificar patrones asociados al alto potencial de crecimiento. Más que representar una clasificación del éxito, este grupo constituye una aproximación a las características que podrían definir la próxima generación de *scale-ups* del ecosistema ibérico.



Distribución geográfica y antigüedad

Las empresas con mayor potencial de crecimiento se concentran en *start-ups* de entre 2 y menos de 4 años, etapa en la que consolidan su propuesta de valor y en la que se genera buena parte del valor del ecosistema.

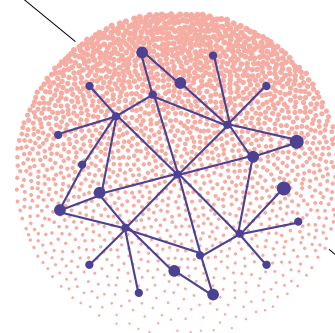
- **Menor concentración geográfica:** mayor presencia en Madrid (21%) y Cataluña (16%) y, sobre todo, en Castilla y León (14%) y Navarra (11%), muy por encima de su peso en la muestra (3% y 2%).
- **Perfil más maduro:** el 55% de las empresas del Top 100 tiene entre 2 y menos de 4 años de antigüedad, frente al 39% en la muestra total.



Sectores de actividad

La especialización sectorial está más orientada hacia servicios intensivos en conocimiento: actividades profesionales, sanidad, educación y AAPP.

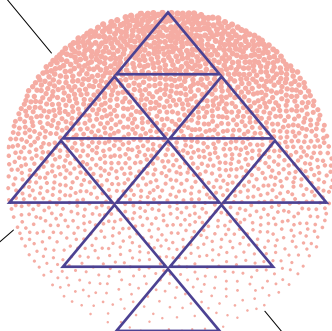
- **Mayor peso de servicios especializados:** actividades profesionales, administraciones públicas, educación y sanidad concentran dos tercios del Top 100; sanidad gana peso frente a la muestra total (25%), donde otros servicios (14%) e industria (8%) pesan más.
- **Mayor financiación media en comercio, hostelería y transporte,** si bien la construcción sigue liderando en términos absolutos.



Tecnología

El perfil tecnológico está más diversificado y se apoya en áreas de frontera como la biotecnología y la IA.

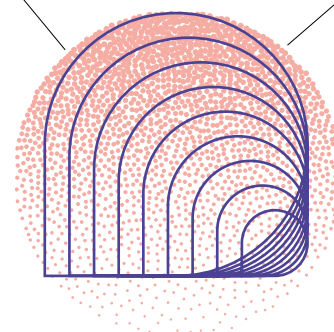
- **Perfil más diversificado:** en el top 100 lidera *Biotech* (20%), seguida de inteligencia artificial (17%) y *Software & Platforms* (16%), frente a la muestra total, donde estas dos últimas concentran más del 50% de las *start-ups*.
- **Mayor financiación media en Electronics & High Tech:** 2,96 millones de euros, con cifras muy superiores a las de la muestra total.



Financiación

El acceso temprano a capital profesional continúa siendo uno de los principales elementos asociados a trayectorias empresariales de alto crecimiento.

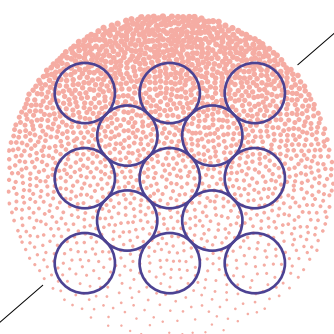
- **Casi el triple de financiación media:** las Top 100 alcanzan casi un millón de euros de media, frente a los 355.400 de la muestra total.
- **Mayor peso del capital privado:** fundadores y rondas de inversión son la fuente principal (69% vs. 59%), con menor peso de la financiación pública (21% vs. 27%).
- **Más inversión profesional:** el 34% ha recibido dinero de Business Angels (vs. 20% del total) y el 25% Venture Capital (vs. 11%).



Ambición

La tecnología propietaria, la transferencia universitaria y la mayor orientación internacional son rasgos de las *start-ups* con mayor potencial de crecimiento.

- **Mayor diferenciación tecnológica:** el 90% innova a través de tecnología novedosa (vs. 71%), con más transferencia universitaria como razón de origen de la *start-up* (30% vs. 19%) y diferenciación a través de tecnología propietaria (63% vs. 51%).
- **Mayor orientación internacional y ambición de mercado:** el 57% de las Top 100 vende en mercados internacionales (vs. 44% total) y el 75% opera en mercados superiores a 1.000M€ (vs. 57%).



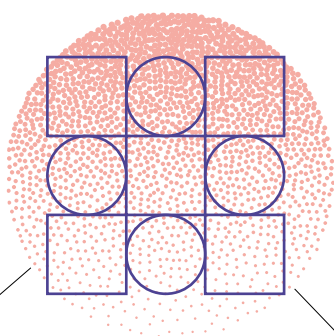
ODS

El compromiso con la sostenibilidad es prácticamente universal y se orienta sobre todo hacia la innovación y la salud.

- **Compromiso inalterado con la sostenibilidad:** el 99% del Top 100 está comprometido con algún Objetivo de Desarrollo Sostenible.
- **Prioridades más concentradas:** el Top 100 apuesta con más fuerza por la innovación y la salud, con el ODS 9 (industria e innovación) y el ODS 3 (salud y bienestar) ganando peso respecto al total de la muestra (54% frente al 45% y 36% frente al 28%, respectivamente).

— Acceso temprano a capital profesional, tecnología propia más diferencial y orientación hacia mercados globales emergen como tres palancas diferenciales del perfil de las *start-ups* con mayor potencial.

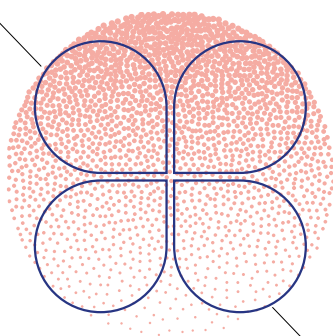
– Equipos con mayor presencia de mujeres, más cualificados y con modelos de negocio B2B más maduros perfilan al Top 100 como el grupo con mayor capacidad de escalado del ecosistema.



Equipos

El talento es un factor diferencial del Top 100: equipos más grandes y fundadores más cualificados y experimentados.

- **Equipos más grandes, también en la cúpula fundadora:** 7,6 empleados de media frente a 4,7 en el total en 2024 (el 53% supera los 6 empleados, vs. 27%) y previsión de llegar a 19 en dos años. Además, los equipos fundadores también son más numerosos, con 2,8 fundadores de media frente a 2,4 en el conjunto.
- **Fundadores más cualificados y experimentados:** el 56% cuenta con al menos una mujer fundadora, aunque el CEO es mayoritariamente hombre (84%), el 28% tiene doctorado (vs. 18%) y el 76% acumula más de 11 años de experiencia profesional, con un tercio que ya ha lanzado más de 3 *start-ups*.



Modelos de negocio

El Top 100 combina una clara orientación al mercado empresarial con modelos más maduros y preparados para escalar.

- **Modelo predominantemente B2B:** el 84% de las Top 100 vende a empresas, con mayor apuesta por el canal híbrido B2B2C (32% vs. 27% del total) y menor dependencia del B2C directo (23% vs. 30%).
- **Mayor madurez y foco en escalar:** el 38% ya está en fase de crecimiento (vs. 30% del total); la financiación es el principal reto a medio plazo en ambos grupos (76%), seguida de la captación de nuevos segmentos de clientes y de talento técnico cualificado.

Conclusiones: del dinamismo emprendedor al reto de escalar

Conclusiones

Hacia un ecosistema más tecnológico, internacional y orientado a *scale-ups*

— Los Premios EmprendeXXI se afianzan como referencia del ecosistema de *start-ups* ibérico y permiten anticipar la nueva generación emprendedora de la península.

La 19.ª edición de los Premios EmprendeXXI confirma su valor como observatorio de referencia del ecosistema de *start-ups* en la península ibérica. Los Premios EmprendeXXI han alcanzado las 1.006 candidaturas en España y Portugal en su 19.ª edición, registrando un máximo histórico y un crecimiento del 5% respecto a la edición anterior, lo que refuerza su valor como observatorio de referencia de la nueva generación de *start-ups* de estos dos países.

Más allá del volumen de participación, el informe permite comprender la evolución del ecosistema: qué tecnologías ganan protagonismo, cómo se financian, en qué momento empiezan a monetizar, qué perfiles de clientes priorizan o qué capacidad tienen para internacionalizarse. Su valor estratégico está en conectar esas dimensiones y anticipar señales y tendencias del ecosistema.

El conjunto de empresas de los PEXXI tiene perfil propio. Las empresas participantes en los Premios son candidaturas voluntarias, mayoritariamente jóvenes, con orientación

innovadora y radicadas en la península. En total, la muestra equivale a cerca de una quinta parte de las *start-ups* identificadas en España (unas 5.000), aunque la muestra no es directamente comparable con el ecosistema en su conjunto. La distribución territorial de las candidaturas refleja, además, una elevada concentración en los polos de talento, capital y capacidad de crecimiento, destacando la Comunidad de Madrid, Cataluña, el País Vasco o la Comunidad Valenciana. Sin embargo, la creciente presencia de regiones como Navarra o Castilla y León así como su especialización tecnológica apunta a una progresiva descentralización de la innovación tecnológica.

Una de las principales características de las compañías es su juventud. Las *start-ups* presentan un perfil cada vez más joven: el 60% de las participantes tiene menos de dos años y menos del 15% supera los tres años de vida. Este perfil ayuda a explicar que el 57% de las empresas todavía no reportara ventas y que el 28% fuera rentable en 2024. Según el Foro Nacional de Empresas Emergentes, esta tendencia se observa también en el conjunto del ecosistema, con una incorporación creciente de compañías jóvenes (una madurez media de 2,3 años) y un tamaño medio todavía

reducido (Oficina Nacional de Emprendimiento, 2026). El dato pone de relieve un ecosistema en fase temprana, con muchos proyectos aún en validación, desarrollo tecnológico o entrada comercial, especialmente en algunas tecnologías con periodos de maduración más largos.

El ecosistema está evolucionando desde el emprendimiento digital hacia la tecnología, con la IA como infraestructura transversal. Aunque las *start-ups* orientadas al desarrollo de *software* empresarial siguen siendo el tipo más extendido entre las candidatas, la inteligencia artificial alcanza ya el 25% del total tras ganar diez puntos

porcentuales en un año. La lectura es que la IA deja de ser una tecnología especializada o de nicho para convertirse en una herramienta transversal, algo que encaja con la evolución del conjunto del ecosistema español: la IA es una de las categorías que más crece en los registros de empresas tech y aparece ya en casi uno de cada tres negocios recientes (El Referente, 2026; GEM España, 2026; Dealroom, 2026). Además, el aumento de la complejidad de los retos económicos y sociales se ve reflejado también en la concentración en sectores intensivos en conocimiento –actividades profesionales, educación, salud o industria–.

– La IA deja de ser una tecnología de nicho para consolidarse como capa transversal de innovación en el conjunto del ecosistema tech español.



— El conocimiento se afianza como el rasgo diferencial de las compañías con mayor potencial, con universidades y centros tecnológicos como principales ámbitos generadores.

El avance hacia un emprendimiento basado en conocimiento también se observa en los equipos y en las compañías de mayor potencial. Entre las compañías mejor valoradas aparecen con más frecuencia proyectos apoyados en

tecnología propia, transferencia universitaria, mayor financiación promedio, internacionalización y equipos más maduros. El diferencial de financiación observado entre el Top 100 y el conjunto de la muestra sugiere que el acceso temprano a capital especializado continúa siendo uno de los principales factores asociados

al crecimiento acelerado. Universidades, centros tecnológicos y *spin-offs* pueden ser, por tanto, ámbitos generadores de empresas de alto potencial.

Aunque la financiación total reportada por las empresas cae en esta edición, el ecosistema español no muestra una contracción de capital generalizada. Las empresas participantes han captado 345 millones de euros a lo largo de su ciclo de vida (recursos propios, financiación pública o privada, etc.), un 26% menos que en 2024 y un 43% por debajo del máximo de 2023. Esta caída vendría explicada, al menos en parte, por el mayor peso de empresas jóvenes en la muestra, ya que la financiación se multiplica con la madurez de la empresa. Sin embargo, esta evolución no refleja necesariamente la tendencia general del mercado: la inversión de *venture capital* en *start-ups* españolas superó los 1.900 millones de euros en 2025, la tercera mejor





cifra en la última década, impulsada por rondas superiores a 10 millones y en empresas en fases más avanzadas (SpainCap, 2026).

La oportunidad está en canalizar recursos hacia las fases de crecimiento y conectarlo mejor con el ahorro a largo plazo. El salto desde la etapa inicial hacia la escalabilidad sigue siendo uno de los principales cuellos de botella del ecosistema, de forma que el reto ya no reside tanto en crear nuevas empresas, sino en asegurar su crecimiento y capacidad de competir internacionalmente. En este sentido, la financiación inicial sigue siendo decisiva para generar y validar futuras scale-ups, aunque la inversión canalizada por *business angels* está experimentando un proceso de maduración caracterizado por una mayor selectividad de proyectos, fórmulas más organizadas de inversión y una creciente complejidad tecnológica en la evaluación de oportunidades (AEBAN, 2026).

El modelo de negocio y la internacionalización muestran una orientación clara hacia el crecimiento. El B2B es el principal modelo de negocio para el 77% de las *start-ups* participantes, la gran empresa es el cliente más habitual y la suscripción y el pago por uso son las fórmulas de ingreso más recurrentes. Esta orientación no implica un acceso más sencillo al mercado: en clientes corporativos y públicos, la adopción exige validación técnica, confianza,

integración con procesos existentes y capacidad de ejecución. Por ello, el reto está en convertir pilotos y primeras ventas en relaciones comerciales estables con clientes tractores. La internacionalización refuerza esa lógica de búsqueda de escala desde el inicio: el 44% vende ya en mercados internacionales y las ventas exteriores representan, de media, el 35% de la facturación de las empresas internacionalizadas, con la Unión Europea como principal destino.

Desde el punto de vista de las políticas públicas, el reto es reforzar la cadena completa de creación, validación y escalado. Las iniciativas europeas nacidas como respuesta a los informes Draghi y Letta –como la estrategia europea de *start-ups* y *scale-ups*, la Unión de Ahorro e Inversiones o *EU Inc.*– van en la dirección de reducir fragmentación, aumentar la financiación, atraer talento y facilitar el crecimiento de nuestras empresas. Para ello, las políticas públicas nacionales deben actuar también de forma coordinada sobre financiación temprana y de crecimiento, transferencia tecnológica, compra pública innovadora, *sandboxes*, colaboración con grandes empresas y atracción de talento especializado. La expansión de la IA y de otras tecnologías complejas añade una exigencia adicional: desarrollar mejores capacidades de evaluación técnica para distinguir los proyectos con verdadera diferenciación, barreras de entrada y potencial de escala.

Referencias

- AEBAN (2026). *Informe Business Angels 2026. La inversión ángel en start-ups: evolución, actividad y tendencias*. Asociación Española de Business Angels.
- Banco Europeo de Inversiones (2024). *The scale-up gap: Financial market constraints holding back innovative firms in the European Union*. BEL.
- Calvo, N.; Fernández-Laviada, A.; Monje-Amor, A. & Atrio, Y. (2026). *Global Entrepreneurship Monitor. Informe GEM España 2025-2026*. Ed. Universidad de Cantabria.
- Comisión Europea (2025). *The EU Startup and Scaleup Strategy: Choose Europe to start and scale* (COM(2025) 270 final).
- Comisión Europea (2025). *Savings and Investments Union: A strategy to foster citizens' wealth and economic competitiveness in the EU* (COM(2025) 124 final).
- Comisión Europea (2026). *Towards a 28th regime for EU companies* (COM(2026) 520 final). Dealroom (2026). *The Spanish Tech Ecosystem Report 2026*.
- Draghi, M. (2024). *The future of European competitiveness: A competitiveness strategy for Europe; In-depth analysis and recommendations*. Comisión Europea.
- El Referente (2026). *Informe Nacional de Empresas Tech e Innovadoras*. España 2026.
- ESNA (2024). *EU Startup Ecosystem: Driving Change. Past, Present and Future*.
- Letta, E. (2024). *Much more than a market: Speed, security, solidarity. Empowering the Single Market to deliver a sustainable future and prosperity for all EU citizens*. Consejo Europeo.
- OCDE (2026). *Entrepreneurial Ecosystem Diagnostics of Spain*. OECD Publishing.
- Oficina Nacional de Emprendimiento (ONE) (2026). *Foro Nacional de Empresas Emergentes. Entregables 2025-2026*. Ministerio de Transformación Digital y Función Pública. Gobierno de España.
- SpainCap (2026). *Informe de actividad Venture Capital & Private Equity en España 2026*.

Anexo metodológico: cómo leer correctamente los resultados

Premios EmprendeXXI

Base de análisis, variables declaradas y alcance de la muestra

1. Fuentes de información y ámbito de análisis

- El informe presente se basa en la información declarada por las empresas participantes en la 19.ª edición de los Premios EmprendeXXI y recogida en las bases de la convocatoria. La base de datos analizada incluye candidaturas de empresas que cumplen los siguientes criterios:
 - Está constituida como persona jurídica con ánimo de lucro (S.A., S.L., Sociedades laborales, Cooperativas, Sociedades Civiles).
 - Tiene domicilio fiscal en España o Portugal.
 - Los socios fundadores ostentan un porcentaje de participación mayoritario y trabajan principalmente en ella.
 - Haber iniciado actividad o estar constituida a partir del 1/1/2022.
- La explotación estadística ha sido realizada por Afi a partir de la información puesta a disposición por parte de CaixaBank DayOne.

2. Variables declaradas y tratamiento de la información

- Los resultados mostrados son una caracterización de las empresas participantes en la edición analizada, no una muestra estadísticamente representativa del conjunto del ecosistema emprendedor español y portugués. La participación en los Premios es voluntaria y la convocatoria está orientada a empresas jóvenes, innovadoras, de base tecnológica o digital y con potencial de crecimiento.
- Toda la información analizada procede de las respuestas facilitadas por las propias empresas en el formulario de candidatura (empleo, facturación, resultados, financiación, mercados, tecnología, modelo de negocio, ODS, composición del equipo fundador y previsiones futuras), cuya cumplimentación se produjo entre la apertura de la convocatoria, el 22 de octubre, hasta su cierre, el 4 de diciembre de 2025. En consecuencia, la información correspondiente al ejercicio 2025 debe interpretarse como un avance de resultados, mientras que los datos relativos a 2026 corresponden a previsiones declaradas por las propias empresas. Estas previsiones no constituyen estimaciones realizadas por Afi, CaixaBank o CaixaBank DayOne.

3. Definición de financiación

- La financiación total recogida en el informe se refiere a la financiación acumulada declarada por las *start-ups* desde su constitución.
- La financiación total puede incluir, según la información disponible en la base, recursos aportados por fundadores o socios, rondas de inversión, familiares y amigos, *business angels*, *venture capital*, socios, aceleradoras o incubadoras, financiación pública, financiación bancaria y *venture debt*. En algunos gráficos estas fuentes se agrupan en tres grandes categorías: capital –fundadores y rondas de financiación–, financiación pública y financiación bancaria o *venture debt*.

Comparabilidad, estadísticos y límites de interpretación

4. Comparación con ediciones anteriores

Las comparaciones con ediciones anteriores permiten identificar cambios en las empresas participantes, pero deben interpretarse con cautela. Cada edición recoge una muestra distinta de candidaturas, por lo que las variaciones observadas pueden deberse tanto a cambios reales del ecosistema como a diferencias en la composición de la muestra por antigüedad, sector, tecnología, territorio o nivel de madurez.

5. Utilización de medias

- Algunas variables se reflejan y analizan en función de sus medias o medianas para facilitar la lectura. No obstante, en ámbitos como la financiación, estos estadísticos descriptivos pueden verse influidos por un número reducido de empresas con importes muy elevados. Esta cautela aplica especialmente a los análisis por territorio, sector o tecnología, donde el número de observaciones puede ser más reducido.
- Las diferencias territoriales o tecnológicas deben interpretarse como información observada en la muestra participante y no como rankings estructurales del ecosistema. Cuando el número de candidaturas en una categoría sea reducido, las conclusiones deben formularse con especial prudencia.

6. Interpretación de las asociaciones entre variables

- El informe identifica patrones y asociaciones entre variables, como la relación entre internacionalización y mayor desarrollo comercial, entre acceso a capital profesional y presencia en el Top 100, o entre determinadas tecnologías y ciclos de monetización más largos. Estas relaciones no deben interpretarse como relaciones causales.
- La evidencia disponible no permite concluir que una variable explique por sí sola el desempeño de las empresas.

Ganadores Premios EmprrendeXXI 2025-2026: España y Portugal

Ganadores nacionales



GPT Advisor

CATEGORÍA:
**Business
Transformation**



Aridditive

CATEGORÍA:
**Business
Transformation**



Batea Oncology

CATEGORÍA:
Human Well Being



Rewoox

CATEGORÍA:
Human Well Being



Second Hundred:

CATEGORÍA:
Human Well Being



AjaxDNA

ACCÉSIT:
Innovación Disruptiva



Polar NanoPharma

ACCÉSIT:
Impacto Social



Atom H2

CATEGORÍA:
Living Planet



Veganic

CATEGORÍA:
**Business
Transformation**



Voltic

CATEGORÍA:
Human Well Being



Idoven

Reconocimiento Alumni

Ganadores comunidades autónomas y Portugal



Conoce a los ganadores

GPT Advisor: un ayudante imprescindible para los asesores financieros

CATEGORÍA:
**Business
Transformation**

RETO:
**Business Productivity
y Fintech**

En pleno auge y crecimiento de la inteligencia artificial, GPT Advisor se posiciona como un apoyo a los profesionales de la banca y, más concretamente, del *wealth management*. Para ello, desarrollan Agentes IA que sirven de herramienta complementaria para los asesores financieros en su día a día.

Con su tecnología, la *start-up* es capaz de automatizar tareas como el análisis de información, la elaboración de informes y, sobre todo, la generación de propuestas de inversión para todo tipo de clientes, en función de su perfil, sus objetivos y su horizonte de inversión y desinversión.

— Los Agentes IA de GPT Advisor analizan información y generan propuestas de inversión

<https://gptadvisor.com/>



Batea Oncology: ¿cómo acabar con uno de los tumores más agresivos?

CATEGORÍA:
Human Well Being

RETO:
Salud y Healthtech

El glioblastoma es uno de los tumores cerebrales más agresivos. De hecho, no hay un tratamiento eficaz y al paciente que se le diagnostica se le da una esperanza de vida media de apenas 15 meses. Ante este hecho, el equipo de Batea Oncology se hizo una pregunta: ¿cómo podemos mejorar el tratamiento de este tipo de tumor?

La respuesta la encontramos en la mecanomedicina. El dispositivo que han desarrollado, GlioHook, usa una propiedad intrínseca de las células tumorales: su tendencia a migrar hacia sustratos rígidos. Partiendo de ello, la *start-up* trata de focalizar las células tumorales residuales que quedan tras una cirugía para evitar que lleguen al cerebro sano. Con todo esto, las células serán más sensibles a la radioterapia.

— La *start-up* apuesta por evitar que las células tumorales lleguen a las partes sanas del cerebro

<https://bateaoncology.com/>



AjaxDNA: desarrollando tratamientos para la industria farmacéutica

ACCÉSIT:
Innovación Disruptiva

La lucha contra el cáncer es una carrera de fondo, pero el ritmo y la velocidad nunca decrecen. Y AjaxDNA ha decidido participar en esta carrera de investigación, desarrollo e innovación por contar con nuevos tratamientos adecuados a cada persona que sufra algún tipo de cáncer.

Lo hace partiendo de la teleprogramación celular, una tecnología con la que simula cómo se comportan las células de un cuerpo que sufre cáncer. A través de dicha simulación, desarrollan nuevos tratamientos y terapias para ponerlos a disposición de toda la industria farmacéutica.

— La *start-up* analiza, mediante teleprogramación celular, cómo se comportan las células del paciente

<https://ajaxdna.com/>



Veganic: del campo a la mesa... pasando por la tecnología

CATEGORÍA:
**Business
Transformation**

RETO:
**Agricultura
y Sector Primario**

‘Del campo a la mesa’ es uno de los eslóganes más frecuentes de la industria agroalimentaria. Y Veganic ha adoptado ese mismo eslogan, pero con un valor añadido: el de incorporar biosoluciones veganas y *cruelty-free* para la nutrición y protección de los cultivos de cualquier ubicación.

De fondo, el objetivo de esta *start-up* pasa no solo por proporcionar alimentos respetuosos con el bienestar animal, sino también por ayudar al sector agrario español a ser más sostenible en todos sus procesos de producción.

— Veganic ayuda al sector agroalimentario a ser más sostenible

<https://veganic.bio/es/>



Aridditive: la impresión 3D, aplicada a la construcción sostenible

CATEGORÍA:
**Business
Transformation**

RETO:
**Industria 4.0 y
Construcción**

No es un secreto que el sector de la construcción lleva tiempo analizando y pensando cómo puede reinventarse para ser más sostenible y contribuir a los Objetivos de Desarrollo Sostenible. En Aridditive creen haber encontrado una buena forma de hacerlo: recurriendo a la impresión 3D.

Sirviéndose de esta tecnología, recopilan materiales de bajo impacto ambiental para fabricar estructuras prefabricadas de hormigón. Además, ofrecen a sus clientes la trazabilidad de todos sus procesos, que son mucho más eficientes y sostenibles en comparación con la media del sector.

— La *start-up* desarrolla prefabricados de hormigón con materiales de bajo impacto ambiental

<https://aridditive.com/>



Rewoox: realidad extendida para empleados, clientes, alumnos...

CATEGORÍA:
Human Well Being

RETO:
**Educación, Cultura
y Ocio**

De un tiempo a esta parte, la inteligencia artificial se ha apoderado de gran parte de las empresas e instituciones. Pero esa no es la única tecnología que emplea Rewoox, que también recurre a una gran desconocida: la realidad extendida (XR).

Partiendo de ella, la *start-up* diseña herramientas como Talia, que permite a empresas de todo tipo ofrecer soluciones inteligentes a empleados, clientes o alumnos, entre otros muchos nichos. Es especialmente útil en materia de formación y educación, ya que supone una nueva forma de enfocar la manera en que las personas adquirimos nuevas habilidades.

— Rewoox apuesta por una nueva forma de enfocar la manera en que las personas aprendemos

<https://rewoox.es/>



Polar NanoPharma: medicamentos contra el cáncer más solubles y menos invasivos

ACCÉSIT:

Impacto Social

Es de sobra conocido que los tratamientos contra el cáncer, aunque sean efectivos, también producen un efecto muy invasivo en el cuerpo de quien sufre esta enfermedad. Pues bien, Polar NanoPharma ha decidido tratar de ponerle solución gracias a la nanomedicina.

Su tecnología encapsula los medicamentos con tres objetivos: hacerlos más solubles, protegerlos durante su circulación en el organismo y, finalmente, liberarlos de manera más controlada en el entorno tumoral. Con esto pretenden que estas medicinas no solo sean más eficaces, sino que también tengan un menor impacto en el cuerpo de los pacientes.

— Con la nanomedicina, el medicamento ‘viaja’ por el cuerpo de forma más controlada y menos agresiva

<https://polarnanopharma.com/>



Voltic: los hoteles sostenibles ya están aquí

CATEGORÍA:
Human Well Being

RETO:
Turismo y Travel

El sector hotelero suele ser un consumidor muy intensivo de energía. Con eso se ha propuesto acabar Voltic, que ayuda a los hoteles a reducir su consumo energético con dispositivos IoT (*Internet of Things*) que no requieren instalaciones complejas; basta con enchufarlos para que empiecen a funcionar.

Con su sistema propio, la *start-up* asegura a sus clientes un ahorro estimado del 30% en gasto energético, controlando el clima y los consumos de las habitaciones y, en definitiva, optimizando la eficiencia de todo el edificio.

— Su tecnología asegura a los hoteles un ahorro del 30% en su gasto energético

<https://voltic.es/>



Second Hundred: análisis de sangre desde casa

CATEGORÍA:
Human Well Being

RETO:
**Bienestar de la
Generación +**

Son muchos los motivos por los que cada vez más gente siente cierta resistencia a ir a su centro de salud para hacerse un análisis de sangre. No solo es una cuestión de trabajo o ritmo de vida, sino también de edad: para las personas mayores, el mero trámite puede ser mucho más incómodo de lo que debería.

Frente a esta realidad, Second Hundred ofrece un dispositivo de extracción automática, indoloro y fácil de usar en el propio domicilio. Las muestras obtenidas las envía a laboratorios con la intención de controlar posibles complicaciones como la diabetes, los riesgos cardiovasculares o incluso el cáncer.

— El dispositivo de Second Hundred es de extracción automática, indoloro y fácil de usar

<https://secondhundred.com/es>



Atom H2: adiós al diésel, hola a las renovables

CATEGORÍA:
Living Planet

RETO:
**Medioambiente y
Descarbonización**

Todos conocemos las ventajas de las energías renovables, pero siempre surge una pregunta incómoda: ¿cómo se pueden almacenar? ATOM H2 captura todos los excedentes renovables y combina las baterías de litio con el hidrógeno sólido para almacenarlos.

La intención es que dichos excedentes puedan ser almacenados durante periodos prolongados de tiempo. La *start-up*, además, asegura que, con su tecnología, puede sustituir los generadores diésel que habitualmente se suelen emplear como respaldo energético.

— La *start-up* sustituye los generadores diésel que suelen usarse como respaldo energético

<https://www.atomh2.com/>



Idoven: la IA que detecta (y previene) las enfermedades cardíacas

Reconocimiento Alumni

Siempre se dice que la mejor sanidad no es la que cura las enfermedades, sino la que las previene. Ese es precisamente el objetivo de Idoven. La *start-up* recurre a los dispositivos *wearables* y a la inteligencia artificial para analizar los datos de salud de sus clientes en tiempo real.

Este análisis de datos permite a la compañía analizar el estado de salud del paciente e incluso detectar, de manera anticipada, el riesgo de sufrir arritmias cardíacas, infartos o casos de muerte súbita.

— Su tecnología detecta posibles arritmias cardíacas, infartos o incluso casos de muerte súbita

<https://es.idoven.ai/>



Ganadores comunidades autónomas

Qamarero: adiós a un gasto de 800 euros mensuales

Andalucía

Hace mucho que la hostelería dejó de ser un sector puramente físico: ahora hay que gestionar reservas *online*, pagos electrónicos, pedidos a través de internet, reseñas... Todos estos servicios, fragmentados y gestionados de manera separada, pueden elevar la factura a cerca de 800 euros mensuales.

Con esa fragmentación pretende acabar Qamarero. La *start-up* andaluza ofrece a los restaurantes una tecnología que aglutina servicios de TPV, gestión de reservas, pagos de todo tipo y *delivery*. Su intención es que los hosteleros puedan tener bajo control todos estos servicios desde una única tecnología.

— Qamarero une, en una misma plataforma, la gestión de reservas, pagos electrónicos, pedidos, *delivery*...

<https://qamarero.com/>



Manfacter: cómo digitalizar la producción industrial

Cantabria

Cuando una empresa industrial necesita desarrollar un producto nuevo, o incluso cuando solo quiere una pieza, comienza un proceso que puede alargarse mucho: reunirse con proveedores, contarles lo que quiere, recibir propuestas de diseño, hacer una segunda reunión, comparar presupuestos...

Con la intención de acelerar todo este proceso, Manfacter apuesta por aglutinar todo en un mismo portal, en el que las empresas cuentan lo que necesitan y, en pocos segundos, obtienen presupuestos y propuestas de fabricación. La intención de la *start-up* es acelerar la cadena de producción y poner a disposición de la industria modelos de fabricación a un coste más bajo.

— La *start-up* ofrece presupuestos a las empresas industriales en pocos segundos

<https://manfacter.com/>



EXXN Engineering: el IoT que detecta (y evita) averías

Aragón

¿Alguna vez te has planteado qué pasa cuando una red de fibra óptica falla? ¿O cuando la infraestructura de una empresa industrial deja de funcionar? La solución suele tardar en llegar, ya que, como poco, habrá que esperar a que un técnico se desplace al sitio en cuestión. Pero todo se complica si hablamos de embarcaderos, aeropuertos o instalaciones alejadas.

Para acortar estos procesos, EXXN Engineering acude a tecnologías como el Internet de las Cosas (*Internet of Things*, IoT), instalando sensores y dispositivos conectados que miden, en tiempo real, el estado de cada infraestructura. A través de la medición de distintos parámetros, consigue no solo detectar averías, sino también prevenirlas en el caso de que sus datos indiquen que algo puede estar empezando a fallar.

— La *start-up* monitoriza, en tiempo real, todo tipo de infraestructuras industriales y estratégicas

<http://www.exxn.es/>



AstraSpec: de la energía verde a la exploración espacial

Castilla y León

En AstraSpec tenían un sueño: trabajar en la industria de la exploración espacial. Y vaya si lo consiguieron: a través de una tecnología patentada, consiguieron desarrollar sensores capaces de detectar cualquier gas molecular, incluso en mezclas complejas, en tiempo real y bajo condiciones ambientales extremas.

Su tecnología, como decimos, empezó siendo aplicada al sector espacial, pero pronto encontró nuevos frentes de batalla: a día de hoy, también se ha trasladado a sectores industriales como la cadena de valor del hidrógeno, la producción de biometano, la movilidad sostenible o el control medioambiental.

— La tecnología patentada de AstraSpec detecta gases moleculares en tiempo real y bajo condiciones extremas

<http://www.astraspec.eu/>



Evolving Therapeutics: luchando contra las bacterias multirresistentes

Comunidad Valenciana

Los antibióticos han sido tradicionalmente una de las mejores formas de tratar las enfermedades. Sin embargo, hay algunas bacterias que presentan un carácter multirresistente, anulando gran parte de la eficacia de dichos antibióticos. Evolving Therapeutics se plantea esta lucha para conseguir que estas bacterias presenten una resistencia mucho menor.

La *start-up* puede presumir de un criterio que ha denominado One Health, consistente en que sus desarrollos no solo mejoren la salud de los pacientes, sino que, además, tampoco afecten a la salud de los animales al mismo tiempo que reduzcan el impacto ambiental que provoca el uso (y abuso) de los antibióticos.

— La compañía reduce el impacto ambiental que provoca el uso excesivo de antibióticos

<https://evolvingtherapeutics.es/>



PlaBite: las plaquetas como fuente de nuevos tratamientos

Asturias

Las plaquetas son una parte esencial del organismo humano. En múltiples procesos médicos, como las cirugías, las úlceras o la traumatología, estas moléculas presentes en la sangre son las responsables de que nuestros tejidos se regeneren de manera natural. De ellas parte la *start-up* asturiana PlaBiTe, que aspira a convertir estas moléculas en un punto de inicio para nuevos tratamientos médicos.

Nacida como una *spin-off* de la Universidad de Oviedo y la Fundación para la Investigación y la Innovación Biosanitaria de Asturias (Finba), esta compañía se dedica a analizar qué sustancias liberan exactamente las plaquetas cuando una herida se está curando. Su intención pasa por estandarizar esas sustancias y llevarlas a los laboratorios para desarrollar nuevos tratamientos sin necesidad de recurrir a la sangre del paciente en cuestión.

— La *start-up* asturiana analiza el comportamiento de las plaquetas para tratar afecciones más complejas

<https://plabite.com/>



Limbiu: prótesis biónicas personalizadas

Región de Murcia

Cuando una persona sufre una amputación, las prótesis se perfilan como una de las alternativas más potentes para poder volver a hacer una vida normal y autónoma. Sin embargo, no siempre es tan sencillo: precios aparte, lo cierto es que cada paciente puede adaptarse mejor o peor a dichas prótesis.

La apuesta de Limbiu es que cualquier paciente pueda tener una prótesis adaptada a su propio cuerpo y a sus propias necesidades. Lo hacen partiendo de la impresión 3D y de un diseño *ad hoc* para cada tipo de individuo. Todo mirando hacia un objetivo claro: que la persona recupere su propia autonomía.

— Limbiu desarrolla prótesis a base de impresión 3D y adapta su diseño a cada usuario

<http://www.limbiu.com/>



BioGenómika: análisis especializado para personas con trastornos de neurodesarrollo

Extremadura

Los trastornos del neurodesarrollo afectan no solo a los pacientes, sino también a su entorno más cercano: amigos, familiares, compañeros... En BioGenómika, parten de una premisa esencial: si dos personas con trastorno de neurodesarrollo nunca van a ser iguales, ¿por qué el tratamiento al que se las somete sí es idéntico en ambos casos?

— Si dos personas con trastorno de neurodesarrollo son distintas, ¿por qué su tratamiento es idéntico?

<http://www.biogenomika.com/>

Para corregir este hecho, la *start-up* extremeña va más allá de los exámenes habituales, ya que también realiza otras pruebas centradas en el ADN de cada persona y en su microbiota. Una vez hechos dichos análisis, cada paciente recibe un tratamiento concreto y especializado para su caso personal.

MacroCarbon: el combustible sostenible para aviones

Canarias

A nadie se le escapa que el sector de la aviación, difícilmente electrificable, es uno de los que más emisiones de dióxido de carbono lanza a la atmósfera. Así que empresas de todo el mundo llevan décadas buscando posibles alternativas menos contaminantes en este aspecto.

En MacroCarbon creen haber dado con la solución. La *start-up* canaria cultiva macroalgas flotantes en el mar y posteriormente las transforma en combustible sostenible de aviación. Con ello, evidentemente, apuesta por mitigar el cambio climático y, de paso, proteger los océanos.

— MacroCarbon pretende revolucionar la aviación con combustible hecho a partir de algas

<https://macrocarbon.world/>



PerseiSpace: adiós a la basura espacial

Comunidad de Madrid

Cada vez hay más satélites dando vueltas por el espacio. Y si encima han terminado su vida útil, se convierten básicamente en basura espacial, con el riesgo añadido de poder colisionar con otros satélites y crear nuevos fragmentos de dicha basura. Y contra eso quiere luchar PerseiSpace.

La *start-up* madrileña se encarga de destruir la basura espacial que queda perenne en territorio exterior. Lo hace, además, sin necesidad de emplear combustible: su labor consiste en lanzar una cinta metálica (*space tether*) que interactúa con el campo magnético de la Tierra y atrae toda la basura espacial de forma segura.

— PerseiSpace se encarga de atraer la basura espacial y eliminarla de forma segura y sin usar combustible

<https://perseispace.com/>



Turicleta: bicis eléctricas para el turismo rural

Castilla-La Mancha

Las bicis eléctricas siempre son concebidas para las ciudades por su autonomía y la mayor facilidad de carga en un entorno urbano. Pero, ¿qué pasa con la España rural, donde precisamente quizá uno quiere hacer rutas más complejas y una bici eléctrica le vendría de perlas? La alternativa está en Turicleta.

Esta compañía castellano-manchega se ha propuesto llevar la bici eléctrica de alquiler a estos entornos de turismo alejados de las grandes ciudades. Lo hace a través de una red que incluye nada menos que 431 bicicletas distribuidas en un total de 146 centros. Gracias a dicha red, los turistas rurales ya han recorrido más de 102.000 kilómetros de manera totalmente eléctrica.

– Turicleta cuenta con 431 bicicletas distribuidas a lo largo de 146 centros

<https://turicleta.com/>



Birdmind: ¿y si la decoración de tu casa estuviese hecha a partir del arroz?

Galicia

Todos los sectores empresariales llevan años buscando la forma de ser más sostenibles, y el interiorismo y la decoración no son una excepción. En un sector que habitualmente suele recurrir a materiales alejados de dicho estándar, los gallegos de Birdmind se han propuesto añadir una evidente capa de sostenibilidad.

La *start-up* desarrolla materiales propios a partir de sustancias ya existentes. De hecho, Ricetab, su primera patente, es un tablero que, en vez de estar hecho de madera, parte de la cascarilla de arroz de diferentes cultivos. Con dicha patente, Birdmind elabora todo tipo de muebles para aquellas marcas y clientes que quieren apostar por una decoración mucho más sostenible.



– Su primera patente es un tablero que no está hecho de madera, sino de cascarillas de arroz

<http://www.birdmind.com/>

ComexSoft: inteligencia competitiva en tiempo real

País Vasco

Se dice mucho últimamente que los datos son el nuevo petróleo. No sabemos si llega a tanto, pero hay algo evidente: la información es poder, y esa información llega de los datos. Partiendo de esa base, ComexSoft ofrece a compañías del sector de la alimentación una herramienta de inteligencia competitiva que, en tiempo real, les proporciona toda la información que necesitan tener para su negocio.

Esta herramienta analiza tanto los datos internos de la propia empresa (*stock*, precios actuales, productos más y menos vendidos, características nutricionales...) como los externos de su competencia (evolución de precios, tendencias en nuevos productos, oportunidades en distintos mercados...). Con todo este análisis, la intención de ComexSoft es que sus clientes tomen decisiones de negocio basadas en criterios racionales y con la información en la mano.



– Sus clientes analizan en tiempo real la evolución de precios, tendencias en productos, oportunidades de mercado...

<https://comexsoft.com/>

FluxPose: realidad virtual aplicada al geoposicionamiento

La Rioja



La realidad virtual es una tecnología que solemos ver en videojuegos, exposiciones, grandes eventos... pero, ¿y si elevásemos el listón y la viésemos en sectores más estratégicos? Eso es precisamente lo que hace FluxPose, aplicándola al geoposicionamiento en drones, robótica o proyectos de investigación.

Su tecnología tiene un valor diferencial: en vez de depender de cámaras o de sensores en una habitación –que son herramientas que pueden fallar–, el *tracking* de FluxPose se lleva a cabo mediante sensores que marcan la posición de cada parte del cuerpo. Gracias a este enfoque, dará igual si una cámara se estropea, si hay poca luz o si una parte del cuerpo está tapada; la *start-up* será capaz de localizar cualquier persona u objeto.

– La tecnología de FluxPose no depende de la fiabilidad de cámaras ni sensores externos

<https://www.fluxpose.com/>

Zaindari: tecnología para proteger a menores y al colectivo sénior

Navarra



— Zaindari facilita el control parental y evita que los usuarios sean víctimas de ciberestafas

<http://www.zaindari.com/>

La tecnología debería hacernos la vida más fácil, y esa es justo la intención de Zaindari, que se vuelca muy especialmente en dos colectivos concretos: los menores de edad y las personas mayores, que vienen a ser especialmente sensibles a la tecnología y a sus riesgos.

En materia de menores, la *start-up* dispone de herramientas de control parental para proteger la intimidad, la privacidad y la información de quienes se manejan de sobra con internet... pero aún no son del todo conscientes de sus riesgos. A las personas mayores, por su parte, les ofrece una alfabetización digital exhaustiva para evitar, por ejemplo, que puedan ser víctimas de ciberestafas.

Ganadores Portugal

PluggableAI: cómo medir (de verdad) las emociones de los fans

Es el sueño de cualquier empresa que organice o patrocine grandes eventos deportivos: medir las emociones que experimentan los fans durante todo el partido. Y con ese objetivo nació PluggableAI, una *start-up* portuguesa que convierte dichas emociones en activos monetizables.

Con su principal producto, Fan Of The Match (FOTM), recurre a sensores no intrusivos que, instalados en los *smartphones* de los aficionados, capturan las emociones que generan en tiempo real. Con ello pretenden no solo aumentar el *engagement* y la fidelización del evento en sí, sino también proponer una herramienta extra de monetización para las empresas.

— La *start-up* analiza las emociones de los aficionados a través de sensores no intrusivos...

<https://www.fanofthematch.ai/>



Lampsy Health: IA para evitar crisis epilépticas

Se estima que cerca de 50 millones de personas padecen epilepsia en todo el mundo. Se trata, además, de una enfermedad que afecta no solo a los propios pacientes, sino también a su entorno cercano: familiares, amigos, conocidos, profesores... Así que, en estos casos, anticiparse a las posibles crisis puede resultar determinante.

Lampsy Health cuenta con un dispositivo patentado que, mediante inteligencia artificial, analiza distintos patrones de salud del paciente. En caso de detectar una anomalía que pueda desembocar en una crisis epiléptica, lanza un aviso inmediato a los familiares para que puedan actuar antes de que dicha crisis se produzca. Su precisión, aseguran, es superior al 99%.

— Lampsy Health detecta crisis epilépticas, de manera anticipada, con una precisión superior al 99%

<https://www.lampsyhealth.com/>





Afi es un grupo independiente y de referencia en finanzas y economía.

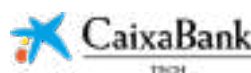
Fundado en 1987 por un grupo de destacados académicos, pone desde entonces su excelencia técnica y rigor al servicio del cliente. Sus cerca de 300 profesionales aúnan habilidades analíticas, financieras, regulatorias, tecnológicas y formativas para ofrecer soluciones a medida.

El modelo de Afi se basa en la innovación, el rigor técnico y la orientación al cliente.

El principal activo de Afi son las personas, los profesionales y su grado de compromiso con unos valores y unos ideales de progreso, de innovación y de servicio a la sociedad.

Nuestra cultura corporativa está basada en el comportamiento ético y la integridad personal y profesional como forma de entender y desarrollar nuestra actividad. Lealtad, compromiso, respeto, honestidad, veracidad, confianza, calidad o atención al cliente son valores humanos claves en nuestra organización.

Con la participación de:



Grupo  CaixaBank

