



PERFIL DEL BUSINESS ANGEL 2022 EN ANDALUCÍA

www.aaban.org

info@aaban.org

aaban
BUSINESS ANGELS NETWORK


Ayuntamiento
de Málaga


PROMÁLAGA



4	1. PRÓLOGO
5	2. CARTA DE LA PRESIDENTA DE AABAN
6	3. QUÉ ES AABAN
7	4. RESUMEN EJECUTIVO
9	5. PERFIL DEL INVERSOR
9	5.1 Nacionalidad
9	5.2 Lugar de Residencia
10	5.3 Edad
10	5.4 Género del BA
11	5.5 Cómo invierten los BA
12	6. CARACTERÍSTICAS DE LAS INVERSIONES
12	6.1 Sectores preferentes para invertir
13	6.2 Estado de las startups invertidas
14	6.3 Horizonte temporal de la inversión
15	6.4 Localización geográfica de los proyectos invertidos
16	6.5 Número de startups en cartera
17	6.6 Resultados de las desinversiones realizadas
18	7. CRITERIOS DE INVERSIÓN
18	7.1 Factores decisivos para invertir
19	7.2 Factores decisivos para no invertir
20	7.3 Principales problemas de los proyectos
22	7.4 Relevancia del criterio impacto en la elección de la oportunidad de inversión
22	8. APORTACIONES DE LOS BUSINESS ANGELS
22	8.1 Tipo de involucración del BA en los proyectos
23	8.2 Canales de acceso a las oportunidades de inversión
24	8.3 Iniciativas para potenciar el sector de BA
25	9. AGRADECIMIENTOS



1. PRÓLOGO

Málaga se ha convertido en epicentro de la economía, la inversión, el empleo y el emprendimiento andaluz. En los últimos años la ciudad ha despertado un claro interés por su ecosistema innovador, convirtiéndose en un lugar para asentar nuevas sedes de empresas o ampliar las instalaciones de las que ya están aquí localizadas. De hecho, entre 2019 y 2022 un total de 72 compañías internacionales han elegido Málaga para su sede y expansión de actividad, con una previsión total de 6.469 puestos de trabajo, según los datos de las propias empresas.

Estas cifras se enmarcan en el balance de la actividad de la Oficina del Inversor del área de Promoción de la Ciudad y Captación de Inversiones, cuya labor es contribuir a la recuperación económica, atraer empresas internacionales que generen nuevos puestos de trabajo y asesorar a las que decidan establecerse en la ciudad.

Promálaga colabora un año más con la Asociación Andaluza de Business Angels Network (AABAN) y su encuesta realizada entre los inversores de startups que invierten en Andalucía. Conocer los intereses y las motivaciones de los inversores en nuestra comunidad autónoma es una herramienta muy útil para startups y empresas de reciente creación porque permite entender las claves de un sector en crecimiento tanto en España como en Andalucía.

Desde la Oficina del Inversor trabajamos para promocionar Málaga como destino empresarial. Dentro de esta estrategia de proyección y posicionamiento de la ciudad, llevamos a cabo diferentes campañas que destacan los principales atributos de Málaga como hub de negocio, innovación y talento, así como las oportunidades de inversión que tiene para inversores públicos y privados con más de 90 proyectos estratégicos de la ciudad. En los últimos meses también estamos volcados en la promoción de la candidatura de la ciudad a la Expo 2027 Málaga 'La era urbana: hacia la ciudad sostenible' dada su contribución a consolidar el interés empresarial por el destino.

Cada vez son más los que, sin ser malagueños, deciden que nuestra ciudad es el destino ideal para poner en marcha sus proyectos empresariales. El clima, la calidad de vida, las comunicaciones, la multiculturalidad de la ciudad, el carácter abierto de los malagueños, las infraestructuras físicas y los servicios al emprendedor son aspectos que favorecen de forma muy sustancial la creación empresarial. Para ello ponemos a su servicio una gran variedad de recursos y programas que cubren las distintas etapas del proceso. Servicios de consultoría, ayudas y subvenciones, proveedores y una Red Municipal de Incubadoras (RMI), compuesta por 13 centros tecnológicos, creativo-culturales, de coworking y de distrito, con capacidad para más de 220 empresas.

Las empresas malagueñas necesitan el apoyo y la financiación de socios inversores que crean en sus proyectos y por eso es tan importante este informe del perfil del Business Angel en Andalucía. Esperamos que estos datos permitan un mayor afloramiento de inversores tempranos en nuestra tierra y sirva para afianzar a los ya existentes, sin cuya aportación y esfuerzo no podríamos desarrollar en Málaga un ecosistema emprendedor exitoso.

Estamos muy orgullosos de trabajar con AABAN para favorecer la creación empresarial en Málaga. Seguiremos desarrollando alianzas para contribuir al desarrollo económico y social de la ciudad.

Saludos cordiales,

Rosa Sánchez Jiménez

Tte. Alcalde de Promoción de la Ciudad y Captación de Inversiones del Ayuntamiento de Málaga.

Vicepresidenta de Promálaga



2. CARTA DE LA PRESIDENTA DE AABAN

Un año más, y este es ya el cuarto, presentamos el informe sobre el ecosistema de Business Angels en Andalucía, consolidado como una cita ineludible para la información fiable sobre la inversión ángel en Andalucía. Es una satisfacción para nosotros que esta publicación se haya convertido en la referencia clave para el conocimiento y el fortalecimiento del sector de la inversión ángel en Andalucía, siendo la única sobre el mismo en nuestra región.

Este informe profundiza en el análisis del ecosistema, con el objetivo de acercar el sector y sus principales magnitudes cualitativas y cuantitativas a la sociedad en general y a los principales stakeholders en particular. Sabemos que, para las startups o empresas de reciente creación, fondos, family offices e instituciones, es una herramienta útil para entender las claves de un sector en crecimiento tanto en España como en Andalucía. Nos congratula además el reconocimiento que esta publicación recibe en forma de menciones por parte del ecosistema.

En este año transcurrido hemos visto avances importantes en la consolidación del sector en Andalucía con varias series A, B y exits a niveles de valoración por encima de los 100 millones de euros. Estamos seguros de que algunas de las startups en procesos de alto crecimiento alumbrarán pronto un unicornio andaluz.

Así mismo, ha sido una satisfacción la inclusión de un numeroso grupo de nuestros socios en las publicaciones que sobre startups, emprendimiento e inversión se han realizado a nivel nacional, como han sido “Top 100 Mujeres Inversoras Españolas”, o el “Premio Mujer Avanza” en la categoría de inversión que tuve el honor de recoger.

Del contenido del Informe se desprende que estamos ante un sector dinámico y en crecimiento, que está llamado a jugar un papel clave en el desarrollo de las empresas de alto crecimiento en la región. De forma significativa tienen un papel muy relevante las redes de Business Angels como principal canal de inversión, lo que supone refrendo a su actividad, a la inteligencia colectiva de sus asociados, y al esfuerzo por dinamizar el sector y atraer capital al mismo.

Desde AABAN (Asociación Andaluza de Business Angels Networks) trabajamos cada día en hacer más visible para las empresas de reciente creación, así como a los inversores e instituciones, el potencial y crecimiento de este sector, su papel clave en una sociedad dinámica y generadora de empleo y oportunidades, proporcionando más herramientas a nuestros asociados para invertir más y mejor, atrayendo nuevos inversores al sector, así como poniendo en valor el papel del inversor ángel en nuestra sociedad, jugando un papel fundamental en la configuración de una **Andalucía de inversión en empresas de alto crecimiento**.

Saludos cordiales,
María Luisa García
Presidenta de AABAN

aaban
BUSINESS ANGELS NETWORK

3. QUÉ ES AABAN

AABAN es la Asociación Andaluza de Bussines Angel Network, una asociación sin ánimo de lucro y exclusivamente privada constituida en 2014 con el objetivo de dinamizar el ecosistema andaluz de inversión semilla en startups.

Nuestros socios son personas físicas, jurídicas y fondos, provenientes de toda Europa. Nuestra misión es fomentar el desarrollo económico en Andalucía a través del emprendimiento, facilitando oportunidades de inversión para los miembros de la asociación y propiciando el hábitat adecuado para compartir ideas, experiencias, contactos e inversiones.

En la actualidad la asociación está formada por inversores que invierten en startups en Andalucía. Facilitamos el contacto entre emprendedores que necesitan financiación y apoyo, e inversores que buscan oportunidades.

Estos inversores, además de capacidad financiera, aportan conocimiento y contactos para contribuir activamente al desarrollo de los proyectos empresariales.

NUESTROS OBJETIVOS SON:

CONSTRUIR

un ecosistema inversor de capital semilla y difundir el papel del Business Angel en Andalucía, promoviendo la transferencia de inversión a este sector y el aumento de profesionales en el mismo.

AGRUPAR

inversores privados, realizando una labor de intermediación entre los mismos y a demanda de financiación procedente de proyectos empresariales, utilizando y estimulando la inteligencia colectiva.

PROMOVER

la inversión en proyectos empresariales con un alto potencial de crecimiento.

CONTRIBUIR

al intercambio de buenas prácticas con otras redes y agentes que actúan en el ámbito de la creación de empresas y el crecimiento empresarial.

AGRUPAR AL CONJUNTO

de todos Business Angels que operan en Andalucía y plantear sus necesidades de forma agrupada ante las instituciones.

DAR A CONOCER

la figura de los Business Angels y el papel que desempeñan en la materialización de nuevos proyectos innovadores.

FOMENTAR

el intercambio de conocimientos y experiencias empresariales entre sus asociados, y entre estos y los proyectos de inversión innovadores en los que participen.

CANALIZAR

la inversión, el conocimiento, la experiencia y la capacidad creativa e innovadora que existe en Andalucía.

4. RESUMEN EJECUTIVO

En el año 2022 se mantiene el crecimiento de BAS de nacionalidad española, siendo esta de 91%, manteniéndose la procedencia centroeuropea como la más común en los internacionales. En cuanto al lugar de residencia, el 76% de todos los BAS que invierten en Andalucía, viven en esta región.

El 71% de los BAS se encuentran en el intervalo de edad de entre 40-60 años, creciendo el segmento de los BAS menores de 40 años, llegando a ser cerca de un 18%. La red andaluza sigue creciendo en porcentaje de mujeres inversoras llegando a superar el 23% este año.

La zona geográfica de procedencia de los proyectos en los cuales invierten los BAS en Andalucía es en un 39% nacional y en 28% andaluza y provincial. El porcentaje de inversiones de ámbito internacional sube a un 26%, lo cual es signo de mayor internacionalización de los BAS que invierten en Andalucía.

Los principales problemas detectados en los proyectos estudiados y valorados por los inversores ángel son los relativos a la carencia de habilidades del equipo, las valoraciones demasiado altas o no ajustadas a la tracción del proyecto y la escalabilidad poco probable, resultados muy en línea con los años anteriores.

La principal forma de conocimiento de los proyectos por parte de los Business Angels son los amigos y socios con un 76%, seguidos los emprendedores con un 56% y por las redes como AABAN con un peso de 50%.

Un 44% de los BAS cuentan con menos de 4 startups en cartera y un 36% entre 4 y 10 startups. Otro signo de madurez del sector, ya que el segundo grupo crece frente al primero.

Los dos factores principales que hacen que un BA no invierta en un proyecto es tener demasiados riesgos, así como un bajo potencial de crecimiento, o bien una valoración pre-money demasiado alta.

4. RESUMEN EJECUTIVO

Un 44% declara no haber efectuado desinversiones en 2022, menos que el año anterior. El 9% (frente al 12,2% del año anterior) indica que las desinversiones efectuadas han sido con pérdida parcial o total, frente a un 47% que declara múltiplos de la misma.

La gran mayoría de los BA apuestan por una mejora de la fiscalidad de este tipo de inversiones, así como instrumentos de co-inversión público privada e impulso a las redes de Business Angels.

La actividad como Business Angel no suele limitarse a la aportación de capital. Es una participación activa, con un 74% de los BAs que se involucran en la búsqueda de clientes o contactos clave, y un 28% como miembros del consejo de administración. Sólo un 15% no se involucran en los proyectos en los que invierten, mismo dato declarado el año anterior.

Los proyectos ligados al sector tecnológico son los que atraen el interés de los inversores ángel, seguidos por salud, servicios, financiero e industria.

En cuanto a relevancia del criterio impacto en la inversión, un 27% de los inversores le dan una relevancia alta o media alta, frente un 49% que le dan al criterio una influencia baja o media baja.

La madurez del ecosistema permea también en el porcentaje de inversores que declaran tener un horizonte de inversión de entre 5 a 10 años, un 32,6% (muy similar al año anterior) y un 28,3% de entre 5 y 10 años. Sólo un 8,7% cuenta con un horizonte temporal de más de 10 años, algo superior al año anterior. Los datos parecen indicar una tendencia a incrementar el horizonte temporal de las inversiones.

El 59% de los BA prefiere invertir con otros BAs, porcentaje que aumenta cada año.

El equipo sigue siendo el primer criterio de valoración en la toma de decisión de la inversión, siendo ponderado en primer lugar, seguido por el potencial de crecimiento y la idea o modelo de negocio.

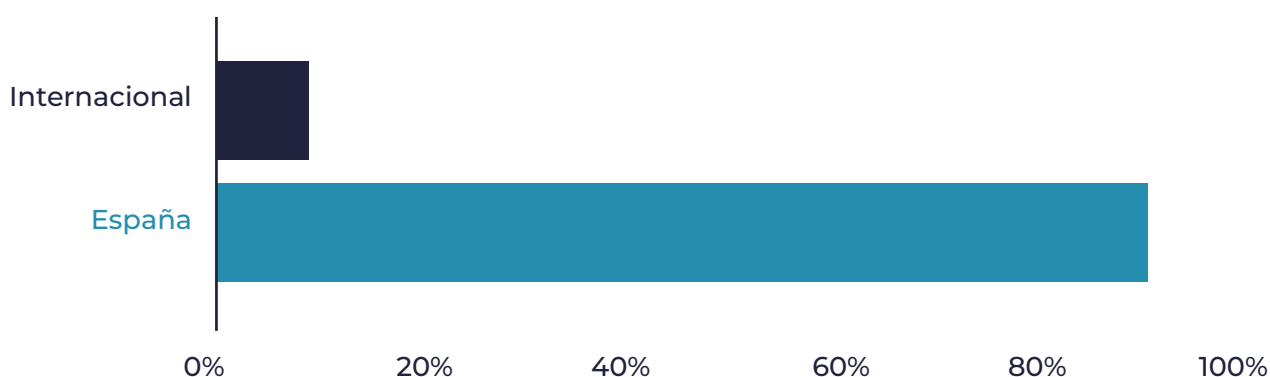
5. PERFIL DEL INVERSOR

5.1 NACIONALIDAD

En el año 2022 se mantiene el crecimiento porcentual de BAS de nacionalidad española, siendo ésta de 91%, manteniéndose la procedencia centroeuropea como la más común en los internacionales. La madurez del sector está impulsando la incorporación de inversores más tradicionales al mismo.

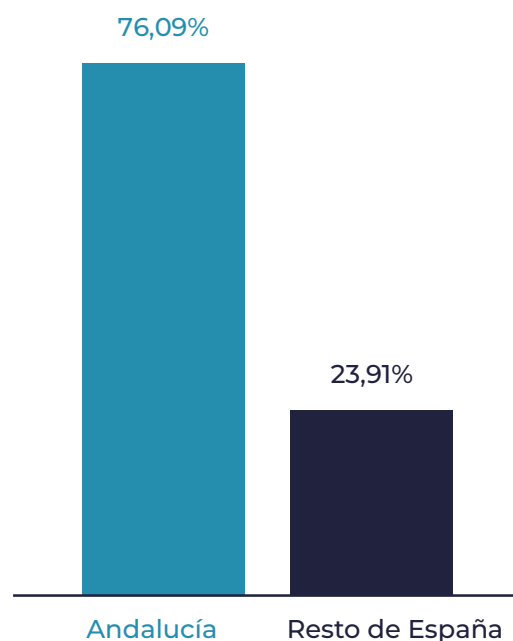
Los motivos del interés por esta región son diversos, pero entre los barajados están el efecto del talento emprendedor andaluz, el buen clima y valoraciones pre-money más bajas que en Europa y otras zonas de España, que hacen más atractiva la inversión en Andalucía.

Los inversores internacionales suelen tener una residencia en Andalucía y pasar un porcentaje del año en nuestra región.



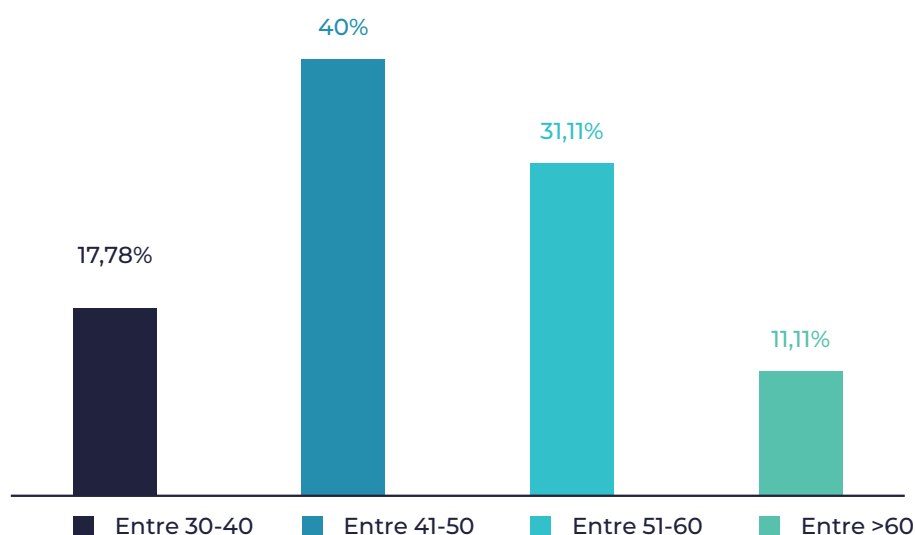
5.2 LUGAR DE RESIDENCIA

En cuanto al lugar de residencia, el 76% de todos los BAS que invierten en Andalucía, viven en esta región, porcentaje ligeramente inferior al reportado el año anterior.



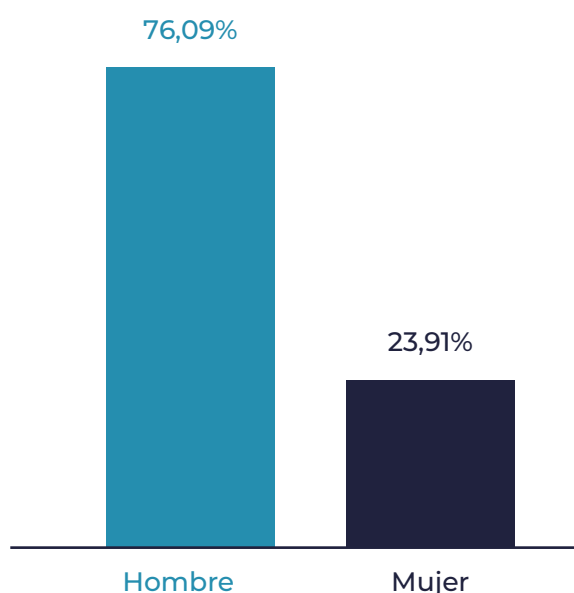
5.3 EDAD

El 71% (frente al 83% del año anterior) de los inversores está en el intervalo de edad de entre 40-60 años, lo cual coincide con un periodo de la vida profesional óptimo para abordar con solvencia una trayectoria como Business Angel, ya que cuentan con una trayectoria amplia y de éxito en el ámbito sectorial donde invierten, así como la red de contactos adecuada para optimizar su colaboración con las startups. Es muy significativo que está creciendo el segmento de los BAS menores de 40 años, llegando a ser cerca de un 18%.



5.4 GÉNERO DEL BA

Los BAS que han reportado su actividad en Andalucía, más de 23% son mujeres, dato superior a la media española y europea. Este porcentaje sigue creciendo y está por encima del reseñado en otros sectores económicos como porcentaje de directivas, empresarias o consejeras. También puede estar sobreponderado por una mayor proactividad en la participación. La junta directiva de AABAN incluyendo sus embajadores cuenta con un 33% de presencia femenina.



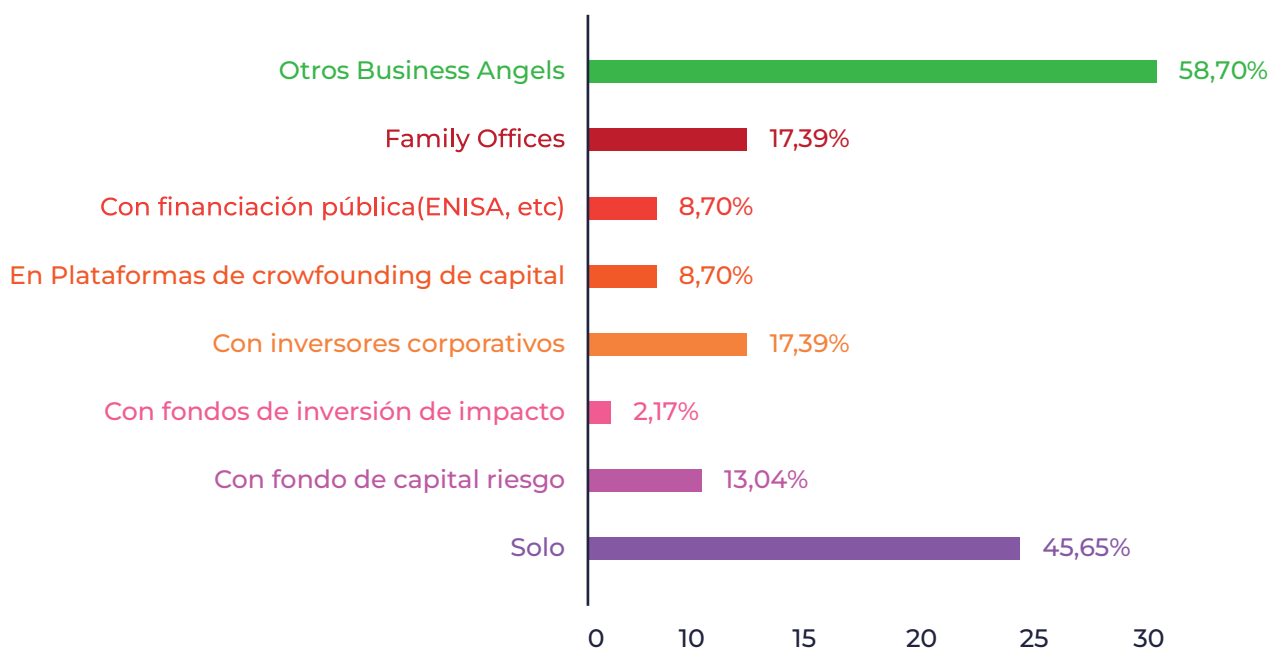
5.5 CÓMO INVIERTEN LOS BA

La preferencia de inversión de los BA están muy claras, sigue creciendo el porcentaje de los BA que prefiere invertir con otros.

En esto los Business Angels que operan en Andalucía trabajan de forma similar a sus homólogos españoles y europeos, utilizando la inteligencia colectiva y agrupando sus criterios y conocimiento.

También es relevante que un 46% declara preferir invertir sólo.

En una escala de importancia menor aparecen inversores corporativos, (17%) y con family offices (17%).



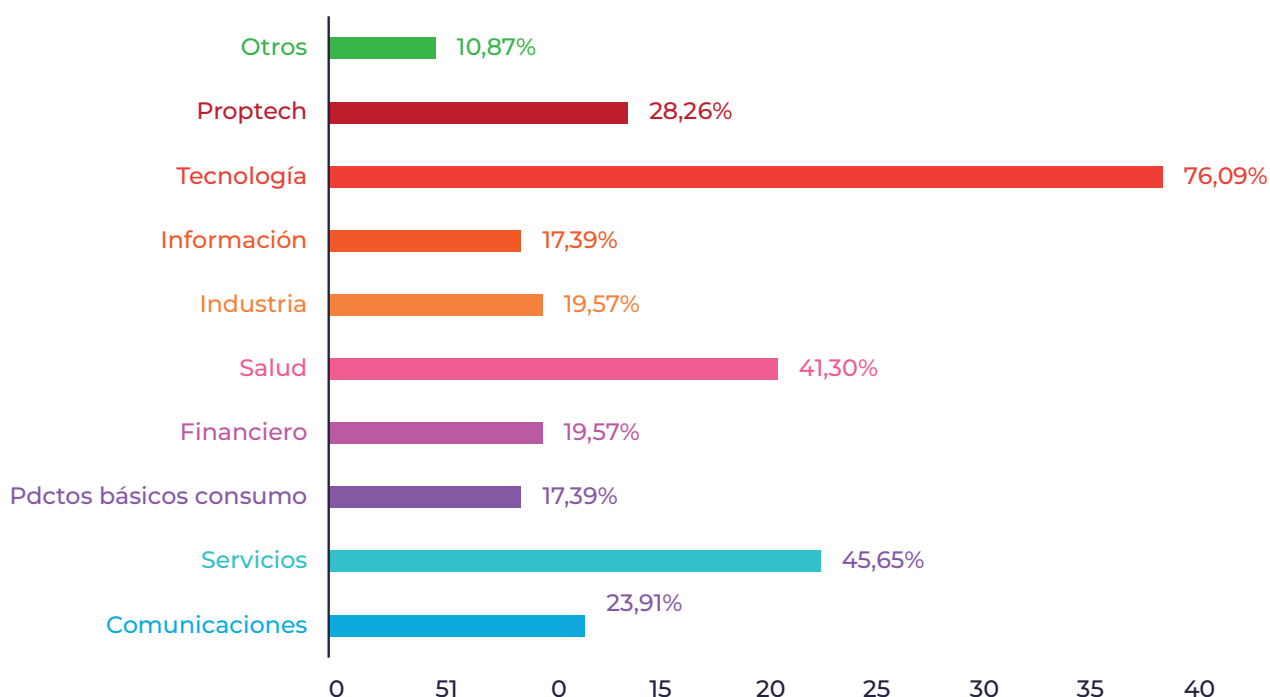
6. CARACTERÍSTICAS DE LAS INVERSIONES

6.1 SECTORES PREFERENTES PARA INVERTIR

Los proyectos ligados al sector tecnológico son los que atraen el interés de los inversores Ángel. Dentro de este destacan los vinculados con la salud, servicios, financiero e industria.

Los resultados siguen la misma tendencia que el año anterior.

Sin embargo, la aplicación de la tecnología empieza a ser transversal a todo tipo de sectores, y algunos Business Angel se enfocan en sectores específicos de seguros, Smart mobility y energía. De forma cualitativa comienza a aparecer un interés significativo por proyectos de impacto (Impact Investment), con marcado foco en la sostenibilidad y lo social.

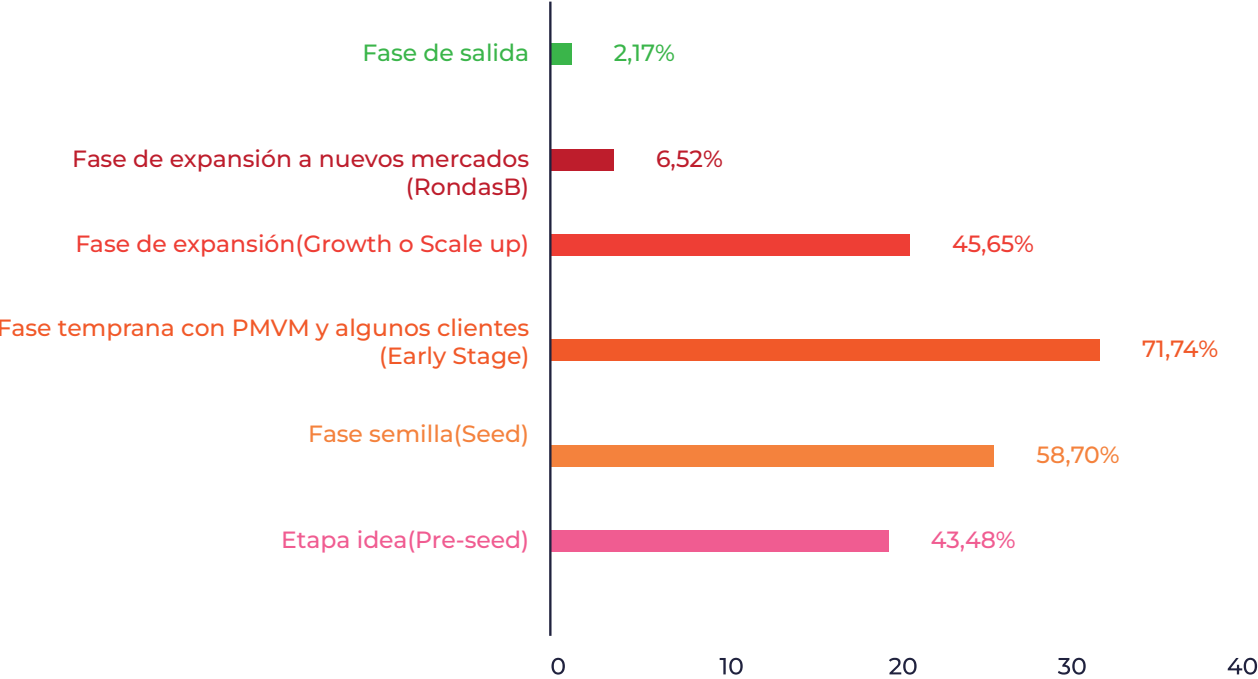


6.2 ESTADO STARTUPS INVERTIDAS

Del estado de desarrollo de los proyectos invertidos, los inversores (más del 71%) siguen prefiriendo las startups con un producto mínimo viable en el mercado y primera actividad con clientes. No obstante también han invertido en proyectos en estado pre-semilla (43,5%) y semilla (58,7%). En etapa growth invierten un 45,7% de los Business Angels, bien como primera inversión o como acompañamiento a rondas posteriores.

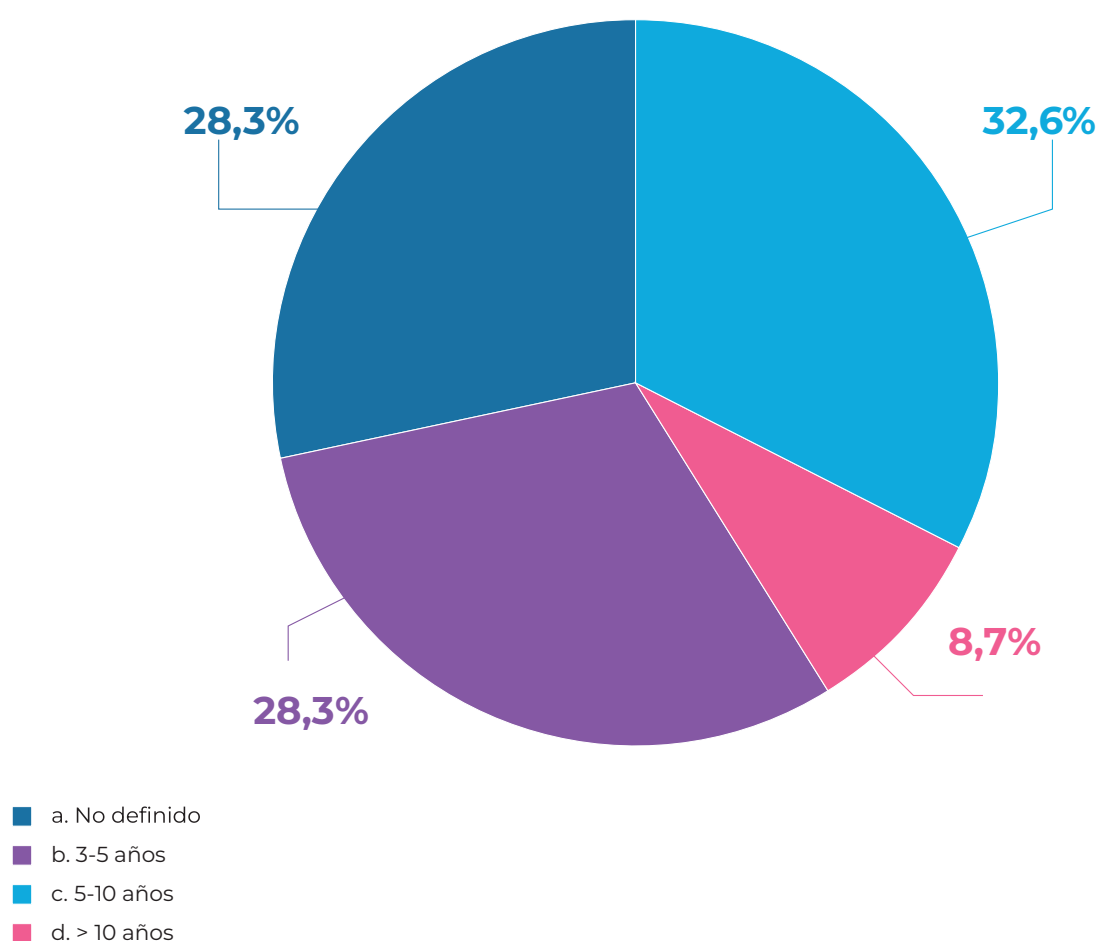
Estos datos coinciden con el posicionamiento del sector del Business Angel en Europa como inversor mayoritario de startups en esta etapa, mientras que los fondos empiezan a incrementar su cuota a partir de ese periodo.

Se visualiza un desplazamiento de las inversiones a etapas donde ya existe una cierta tracción, lo cual denota una cierta madurez del sector.



6.3 HORIZONTE TEMPORAL DE LA INVERSIÓN

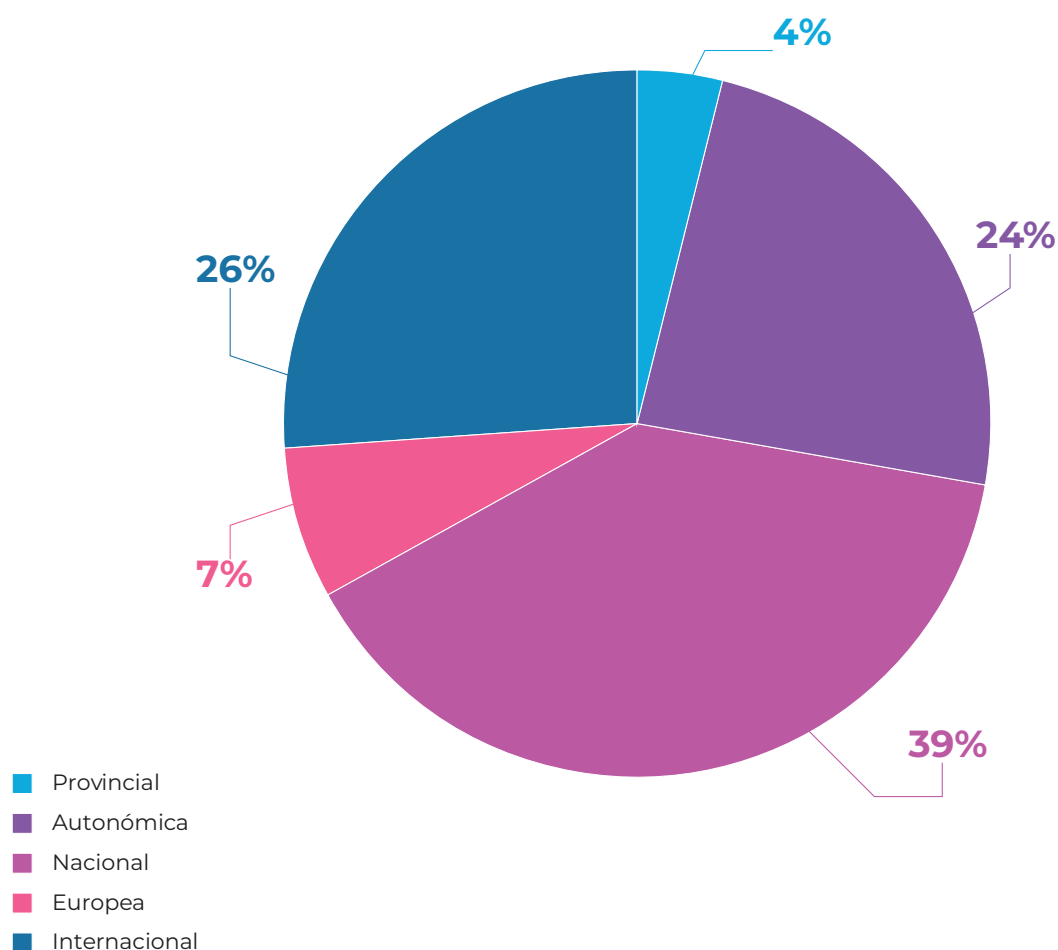
La madurez del ecosistema permea también en el porcentaje de inversores que declaran tener un horizonte de inversión de entre 5 a 10 años, un 32,6% (muy similar al año anterior) y un 28,3% de entre 5 y 10 años. Sólo un 8,7% cuenta con un horizonte temporal de más de 10 años, algo superior al año anterior. Los datos parecen indicar una tendencia a incrementar el horizonte temporal de las inversiones, tendencia ya visualizada en informes anteriores.



6.4 LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA DE LOS PROYECTOS INVERTIDOS

La zona geográfica de procedencia de los proyectos en los cuales invierten los BAS en Andalucía es en un 39% nacional y un 28% andaluza y provincial. El porcentaje de inversiones de ámbito internacional sube a un 26%, lo cual es signo de mayor internacionalización de los BAS que invierten en Andalucía. El año anterior sólo un 12,5% declaraban tener proyectos de ámbito internacional.

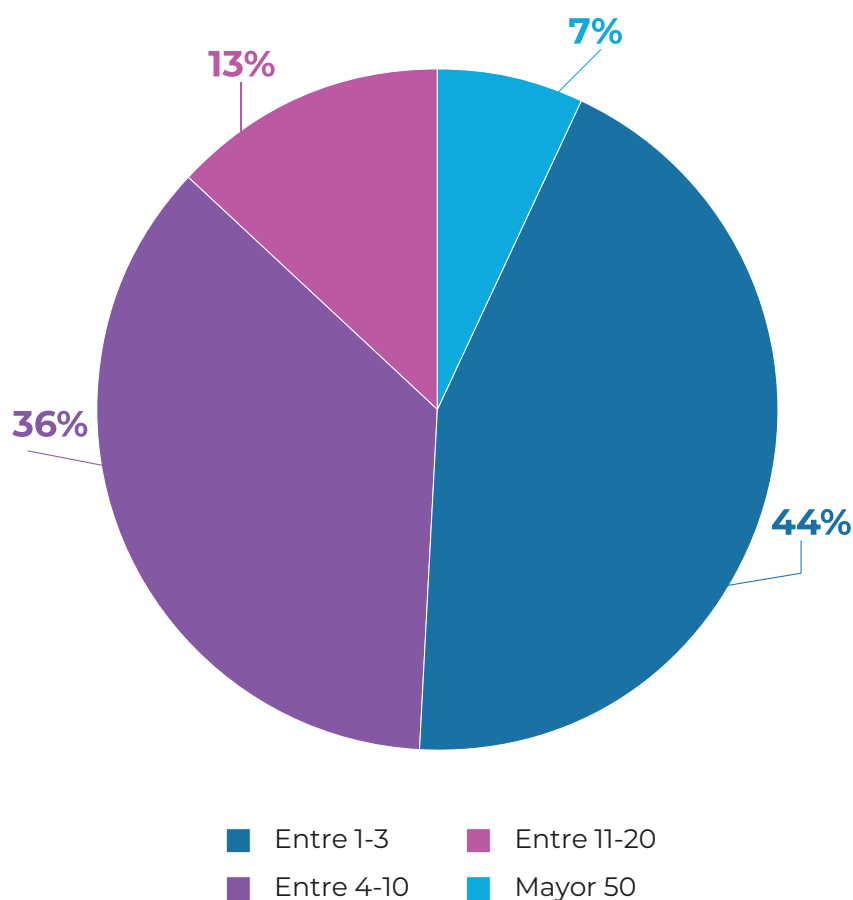
Las cifras de inversión en proyectos andaluces se han básicamente mantenido con respecto al año anterior, mientras que decrecen los nacionales y los provinciales.



6.5 NUMERO DE STARTUPS EN CARTERA

Un 44% de los BAS cuentan con menos de 4 startups en cartera y un 36% entre 4 y 10 startups. Otro signo de madurez del sector, ya que el segundo grupo crece frente al primero.

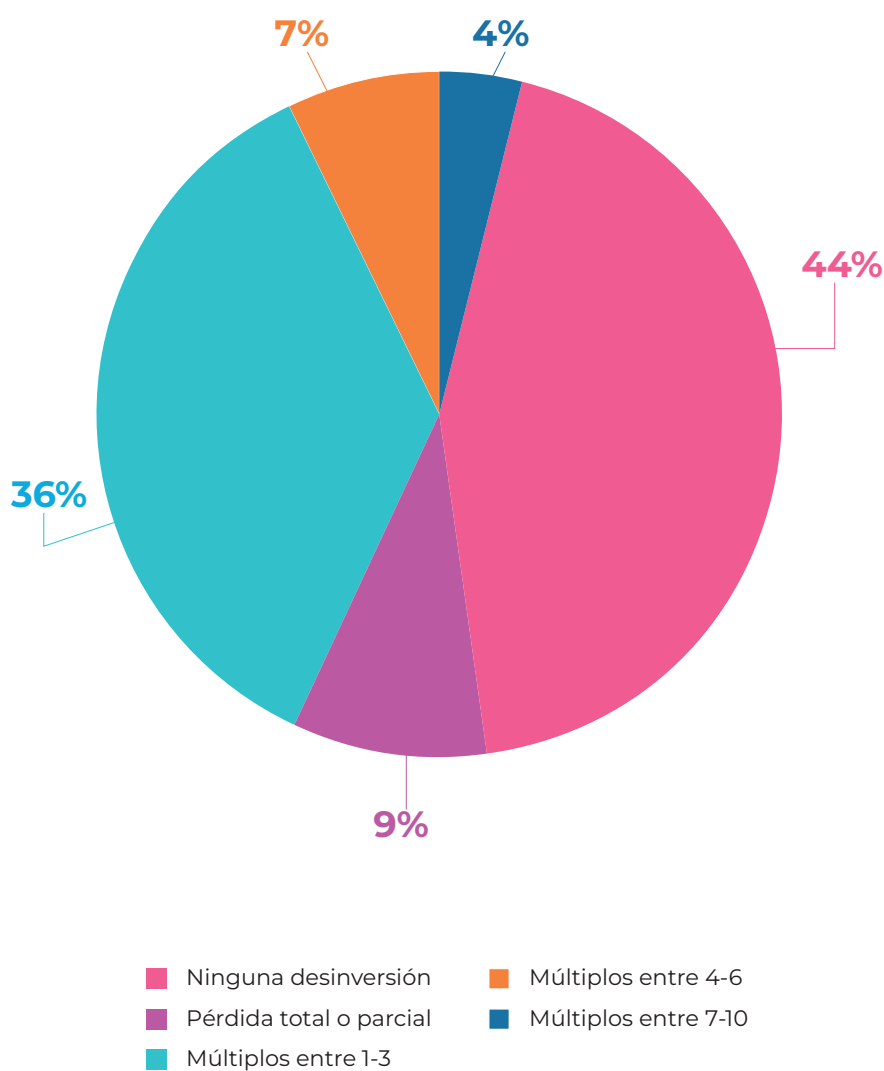
El año anterior el perfil describía que el 60% de los BAS contaban con menos de 4 startups en cartera y un 27,5% entre 4 y 10 startups. Una primera conclusión en comparación con los datos previos es que sigue creciendo el número de Business Angels y los nóveles requieren unos años para construir una cartera de 10 proyectos. Los datos medios indican que los inversores invierten en 2 o 3 proyectos anualmente de media. Este es un sector de alto riesgo donde es importante diversificar. Por otro lado el 20% cuentan con más de 11 startups en cartera, lo que suele representar a los Business Angels más activos y de mayor recorrido, dato que también sigue creciendo.



6.6 Resultado de las desinversiones realizadas

Un 44% declara no haber efectuado desinversiones en 2022, menos que el año anterior, donde fue un 49%, por lo que podemos concluir que se incrementan las operaciones de desinversión. El 9% (frente al 12,2% del año anterior) indica que las desinversiones efectuadas han sido con pérdida parcial o total, frente a un 47% que declara múltiplos de la misma.

Si analizamos los resultados teniendo en cuenta los datos de los años anteriores, el porcentaje de desinversiones con pérdida parcial disminuye y aumentan las desinversiones positivas con múltiplos. Coincide con un mayor número de desinversiones y el ratio de desinversiones exitosas en los años anteriores.

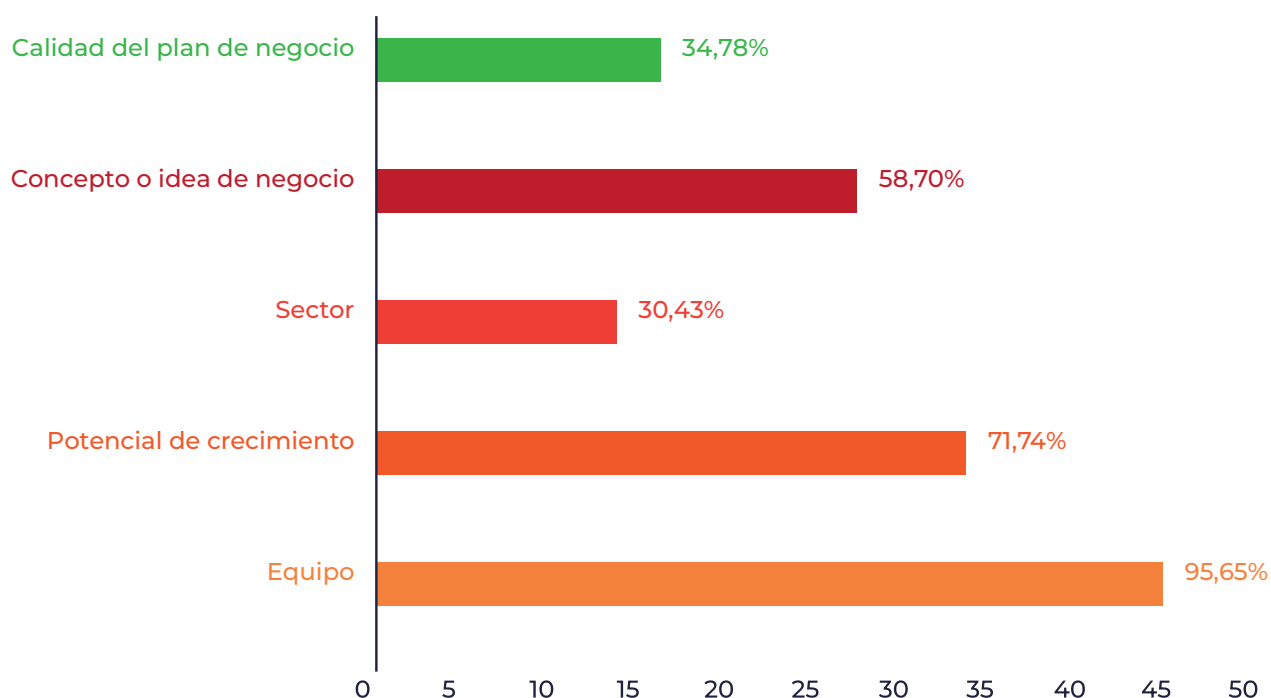


7. CRITERIOS DE INVERSIÓN

7.1 FACTORES DECISIVOS PARA INVERTIR

El equipo sigue siendo el primer criterio de valoración en la toma de decisión de la inversión, siendo ponderado en primer lugar, seguido por el potencial de crecimiento y la idea o modelo de negocio. Estos datos se mantienen en relación a la información reportada en años anteriores, información clave para los proyectos y como abordar su relación con el inversor.

Criterios también relevantes son la calidad del plan de negocio y el sector, lo cual se debe por un lado, a la estrategia de cada Business Angel, donde un porcentaje relevante apuestan sólo por sectores que conocen o donde su experiencia es calve, y por otro lado, a lo importante que es la calidad y el rigor de la documentación que se entrega al inversor (este aspecto es uno de los más significativos a la hora de desechar proyectos por parte de las redes de Business Angels).

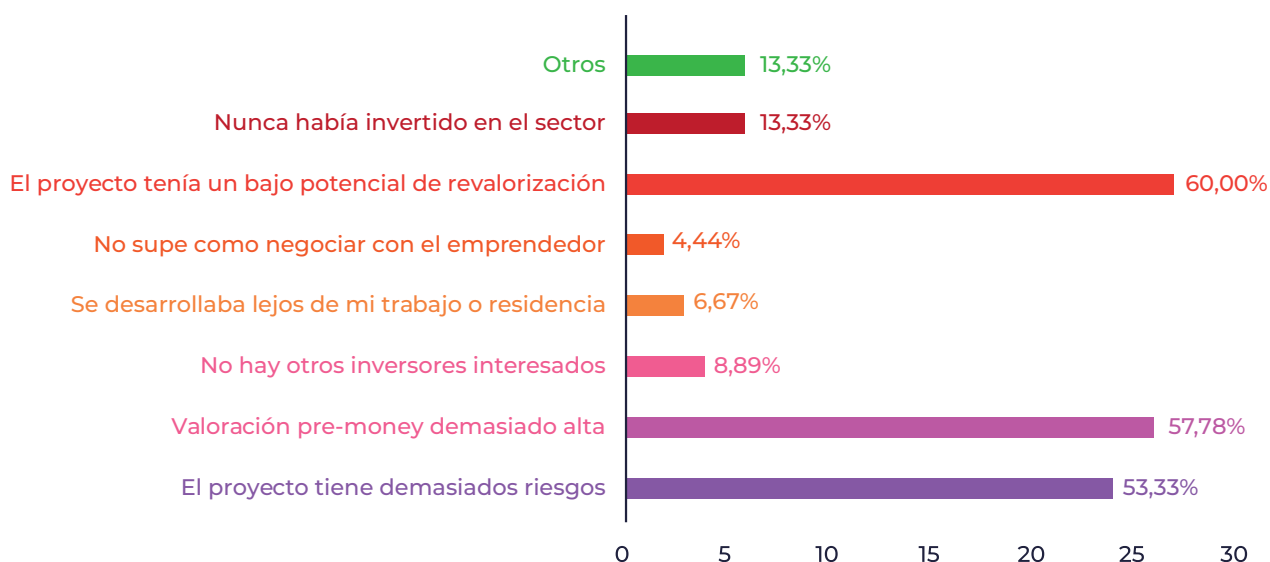


7.2 FACTORES DECISIVOS PARA NO INVERTIR

Al contrario que en el apartado anterior aquí preguntábamos por los factores que hacen que un BA no invierta en un proyecto.

La principal es un bajo potencial de crecimiento en primer lugar y una valoración pre-money demasiado alta, conclusiones que parecen absolutamente lógicas y transmiten una madurez significativa del sector. Recordemos que como todos los sectores de inversión, es clave entrar a precios ajustados y tener una expectativa de revalorización capaz de compensar el alto riesgo que se asumen, lo cual lo sitúa en un intervalo del 5-20 veces el valor de entrada.

En tercer lugar aparece que el proyecto tiene demasiados riesgos, cuestión que aparecía en primer lugar el año anterior, lo cual denota una mayor confortabilidad con el riesgo, por parte de los Business Angels.



7.3 PRINCIPALES PROBLEMAS DE LOS PROYECTOS

Este año, al igual que el año pasado también como guía u orientación para las startups andaluzas, hemos querido preguntar a los inversores cuáles eran los principales problemas que detectaban en los proyectos que analizaban y su respuesta es muy interesante para cualquier proyecto que quiera optar a este tipo de inversión, pivotando sobre los dos puntos anteriores: claves para invertir y claves para no invertir.

Los principales problemas detectados en los proyectos estudiados y valorados por los inversores ángeles son los relativos a la carencia de habilidades del equipo, las valoraciones demasiado altas o no ajustadas a la tracción del proyecto y la escalabilidad poco probable, resultados muy en línea con los años anteriores.

Claramente la percepción del inversor está más en la mejora de las capacidades y las habilidades (softskills) del equipo.

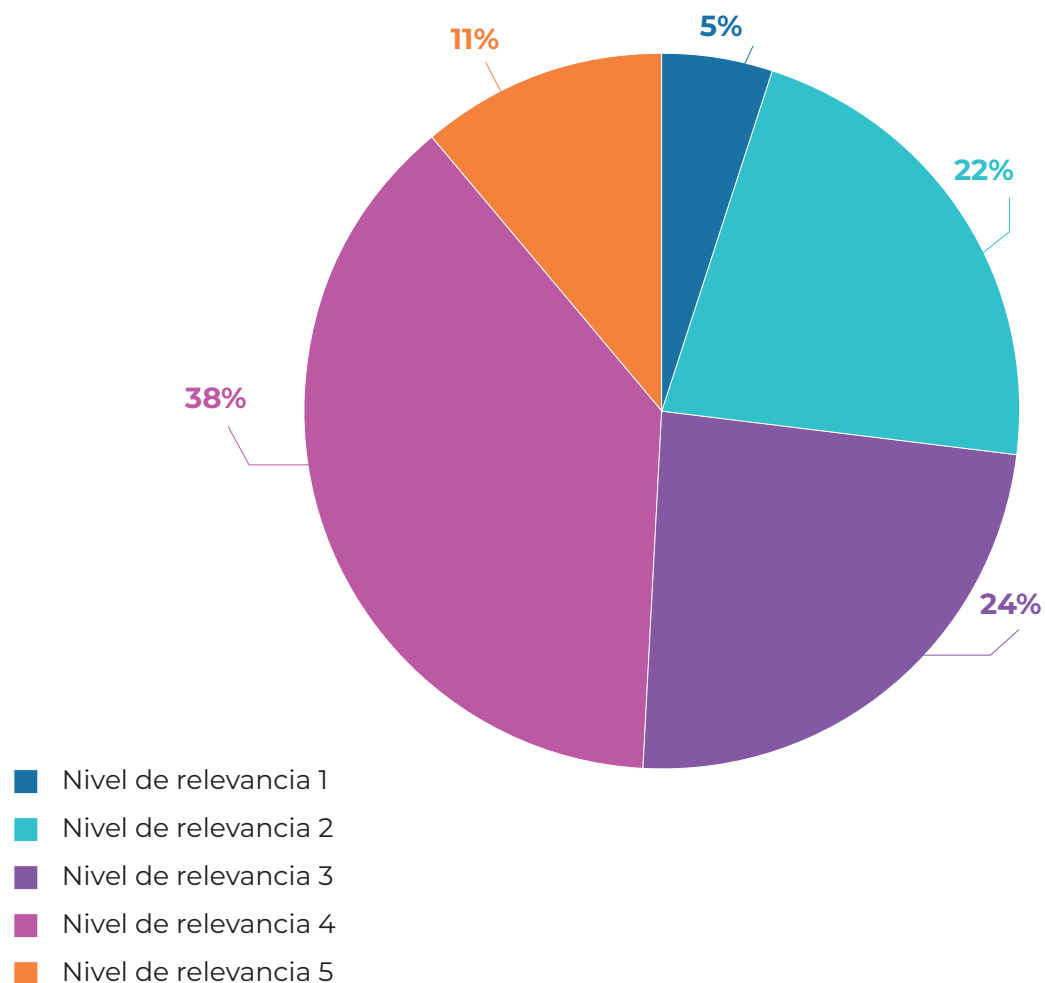
Menos peso tienen en las respuestas de los inversores, por lo que se ven como un problema menor, cuestiones como la ética, riesgos legales o condiciones legales de la inversión.



7.4 RELEVANCIA DEL CRITERIO IMPACTO EN LA ELECCIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN

En cuanto a relevancia del criterio impacto en la inversión, un 27% de los inversores le dan una relevancia alta o media alta, frente un 49% que le dan al criterio una influencia baja o media baja.

Un 24% le dan una importancia media en su toma de decisión sobre la oportunidad de inversión. Esta pregunta es el primer año que la incorporamos en el perfil y muestra de forma clara, ya que para más de la mitad de los Business Angels este es un criterio que una influencia significativa en la incorporación de empresas de nueva creación a su cartera.



8. APORTACIONES DE LOS BUSINESS ANGELS

8.1 TIPO DE INVOLUCRACIÓN DEL BA EN LOS PROYECTOS

La actividad como Business Angel no suele limitarse a la aportación de capital. Es una participación activa, con un 74% de los BAs que se involucran en la búsqueda de clientes o contactos clave, un 50% en consultoría y un 28% como miembros del consejo de administración. Sólo un 15% no se involucran en los proyectos en los que invierten, mismo dato declarado el año anterior.

En relación la comparativa con el año anterior, baja la involucración en el consejo de administración, pero sube de forma relevante el apoyo en la búsqueda de contactos clave o clientes.

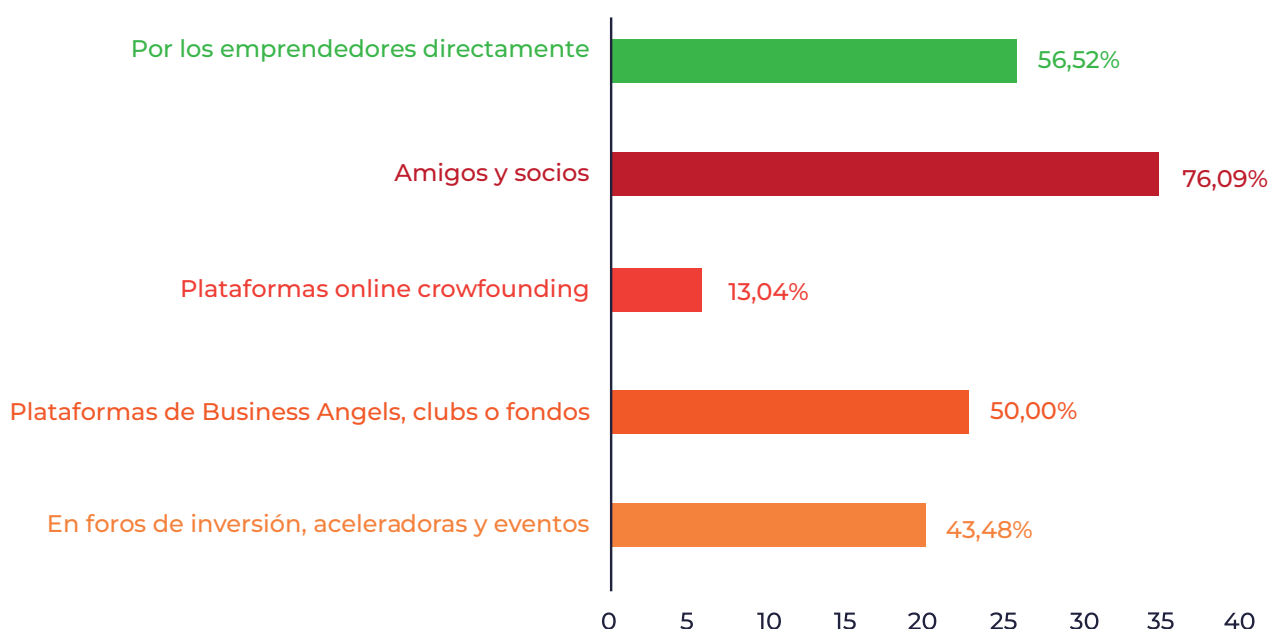
Esta participación del inversor en el crecimiento y consolidación de la empresa es motivo creciente de la búsqueda de su incorporación al accionariado por parte de los emprendedores.



8.2 CANALES DE ACCESO A LAS OPORTUNIDADES DE INVERSIÓN

La principal forma de conocimiento de los proyectos por parte de los Business Angels son los amigos y socios con un 76%, seguidos los emprendedores con un 56% y por las redes como AABAN con un peso de 50%. De los datos podemos concluir que se ha incrementado la proactividad de los emprendedores a la hora de contactar directamente a los inversores.

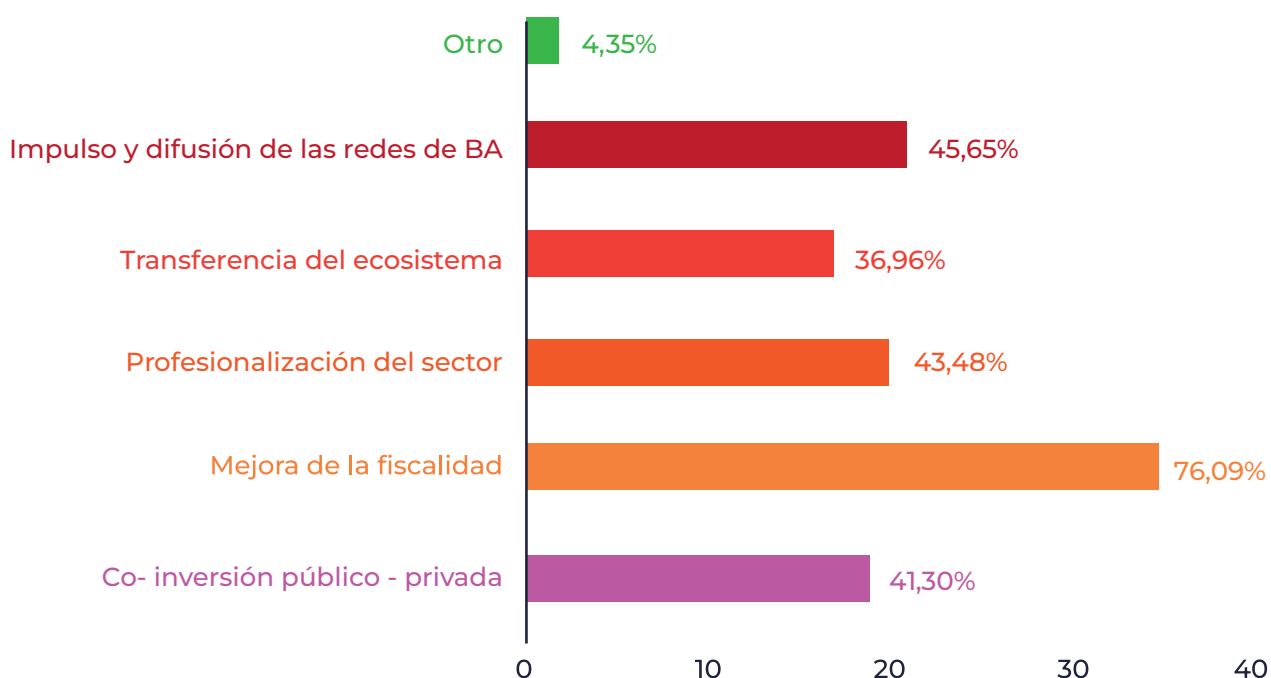
También es crítico el papel de difusión en este conocimiento de los foros de inversión y las aceleradoras. También se puede concluir que las plataformas de crowdequity son poco usadas por la gran mayoría de los Business Angel en Andalucía. Motivos para ello se pueden deducir del interés del Business Angel por la inversión directa y del interés del inversor por la aportación a la compañía (consultoría, contactos, clientes), y no ser una mera inversión.



8.3 INICIATIVAS PARA POTENCIAR EL SECTOR DE BA

Está comúnmente aceptado la importancia de este sector y el peso específico en la creación de empleo y compañías de alto crecimiento. Por ello es importante conocer qué consideran los Business Angels que es crítico para el crecimiento del mismo y que cada vez más capital, conocimiento y experiencia se incorpore a este sector.

La gran mayoría de lo BA apuestan por una mejora de la fiscalidad de este tipo de inversiones (76%), así como impulso y difusión a las redes de Business Angels y la profesionalización del sector. En relación a los datos declarados en el año anterior, se mantiene la primera iniciativa mencionada, pero bajan en relevancia los instrumentos de co-inversión público privada y mayor transparencia del ecosistema, que antes estaban en segundo y tercer lugar.



9. AGRADECIMIENTOS

A Promálaga por su colaboración constante en el desarrollo del ecosistema inversor y en la difusión del perfil año tras año.

A los Bussines Angels que han participado en la elaboración de la encuesta por su actividad diaria en el desarrollo de una Andalucía de inversión en empresas de alto crecimiento.

Al equipo técnico y de AABAN que han desarrollado los trabajos para el desarrollo y presentación del informe.





PROMÁLAGA



Ayuntamiento
de Málaga

aaban
BUSINESS ANGELS NETWORK