

# 2021

[www.aaban.org](http://www.aaban.org)

[info@aaban.org](mailto:info@aaban.org)

**aaban**  
BUSINESS ANGELS NETWORK



# PERFIL DEL BUSINESS ANGEL EN ANDALUCÍA



PROMÁLAGA



Ayuntamiento  
de Málaga

**aaban**  
BUSINESS ANGELS NETWORK

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

# 1. PRÓLOGO

Los últimos años no han sido fáciles ni en nuestra vida personal ni en el ámbito profesional, pero el espíritu emprendedor que tanto caracteriza a Málaga se mantiene más vivo que nunca. Los malagueños tienen ganas de emprender, actitud, ingenio... tienen talento, lo que nos sitúa en un escenario que se caracteriza por una dinámica emprendedora favorable y un clima propicio para la creación de empresas.

Desde Promálaga y la Delegación de Turismo, Promoción de la Ciudad y Captación de Inversiones del Ayuntamiento de Málaga, trabajamos para favorecer la creación empresarial en Málaga y apoyar al emprendedor, en especial a las pequeñas y medianas empresas.

Sabemos que las infraestructuras físicas y los servicios al emprendedor son aspectos que favorecen de forma muy sustancial la creación empresarial. Por eso 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 doce centros tecnológicos, creativo-culturales, de coworking y de distrito, con capacidad para más de 200 empresas.

La crisis sanitaria ha tenido muchas consecuencias económicas en el tejido emprendedor, pero esta situación de incertidumbre ha acrecentado las capacidades emprendedoras de los malagueños. Por eso desde Promálaga vamos a seguir trabajando para contribuir a la creación y consolidación de empresas y emprendedores de Málaga. Todo ello con un fin: el desarrollo económico de la ciudad.

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 publicado por la asociación AABAN. 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.

Saludos cordiales,  
Rosa Sánchez  
**Vicepresidenta de Promálaga**



## 2. CARTA DE LA PRESIDENTA DE AABAN

Es una satisfacción para nosotros presentar por tercera vez el informe sobre el ecosistema de Business Angels en Andalucía, consolidado ya como una cita ineludible para la información fiable sobre la inversión ángel en Andalucía. Entendemos que, más que nunca, debemos seguir desempeñando todas las actividades de incentivo a la actividad empresarial, en nuestro caso, en la configuración de una Andalucía de inversión en empresas de alto crecimiento.

Seguimos profundizando 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.

Del contenido del Informe se desprende esa entrada significativa de nuevos inversores en el sector, lo que augura un buen futuro a esta actividad, así como el valor porcentual del peso de la mujer como inversora, por encima de los datos españoles y europeos. Asimismo, es relevante la confirmación de la estrategia de inversión en varias startups con la finalidad de diversificar el riesgo.

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 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.

Saludos cordiales,

María Luisa García  
Presidenta de AABAN

### 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 2021 se ha incrementado el porcentaje de BAS de nacionalidad española pasando de un 85% a un 88%, manteniéndose la procedencia centroeuropea como la más común en los internacionales.

El 83% de los BAS está en el intervalo de edad de entre 40-60 años, siendo el 17% mujeres, dato superior a la media española y europea.

La zona geográfica de procedencia de los proyectos en los cuales invierten los BAS en Andalucía es un 55% nacional y un 30% andaluza. Sólo un 12,5% invierten en proyectos de origen internacional.

Un 36,6% de los inversores declaran tener un horizonte de inversión de entre 3 a 5 años (frente al 44% que lo declaraban hace un año) y un 26,8% de entre 5 y 10 años. Sólo un 7,3% cuenta con un horizonte temporal de más de 10 años, dato que se incrementa considerablemente del 2% del año anterior. Los datos parecen indicar una tendencia a incrementar el horizonte temporal de las inversiones.

Del estado de desarrollo de los proyectos invertidos, el 41% están en fase temprana y en fase semilla (frente al 65% del año anterior), incrementándose en cambio el número de proyectos que están en fase early stage (producto mínimo viable en el mercado y algunos clientes), un 36% y en fase crecimiento un 15% vs. Un 12 % del año anterior.

El equipo sigue siendo el primer criterio de valoración en la toma de decisión de la inversión, en el mismo porcentaje que el año anterior (31%), seguido por el potencial de crecimiento (25%) y el concepto de negocio (24%).

Los principales problemas detectados en los proyectos estudiados y valorados por los inversores ángel son los relativos a la carencia de habilidades del equipo (19%), las valoraciones demasiado altas o no ajustadas a la tracción del proyecto (12%) y la escalabilidad poco probable (14%), resultados muy en línea con el año anterior.

La principal forma de conocimiento de los proyectos por parte de los Business Angels son las redes como AABAN, así como sus socios y amigos, duplicándose el peso de las redes en el colectivo.

## 4. RESUMEN EJECUTIVO

El 54% de los BA prefiere invertir con otros BAs frente a un 50% declarado el año anterior.

Un 60% de los BAs cuentan con menos de 4 startups en cartera y un 27,5% entre 4 y 10 startups.

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, frente al declarado principal en 2020, una valoración pre-money demasiado alta.

Un 48,8% de las desinversiones no se han efectuado, aunque han crecido frente al 60% del año anterior. El 12,2% indica que las desinversiones efectuadas han sido con pérdida parcial o total, frente a un 40% que declara múltiplos de la misma.

La gran mayoría de los BA apuestan por una mejora de la fiscalidad de este tipo de inversiones (78%), así como instrumentos de co-inversión público-privada y mayor transparencia del ecosistema (44%).

La actividad como Business Angel no suele limitarse a la aportación de capital. Es una participación activa, con un 61% de los BAs que se involucran en la búsqueda de clientes o contactos clave, y un 44% como miembros del consejo de administración. Sólo un 15% no se involucran en los proyectos en los que invierten.

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

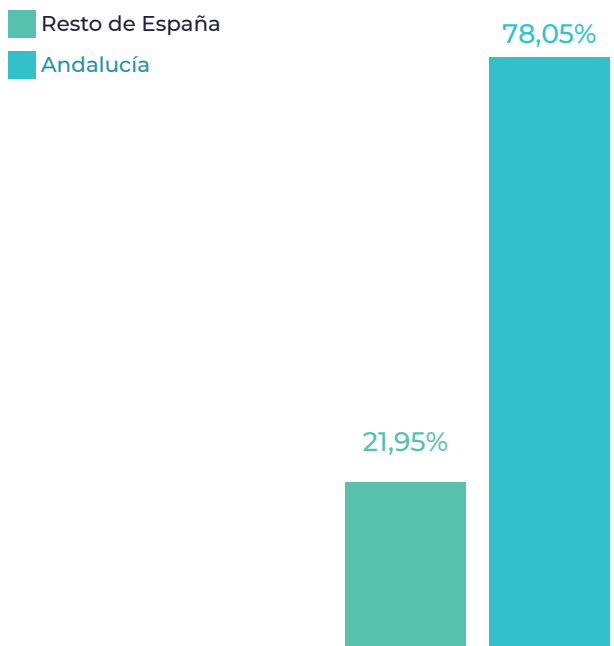
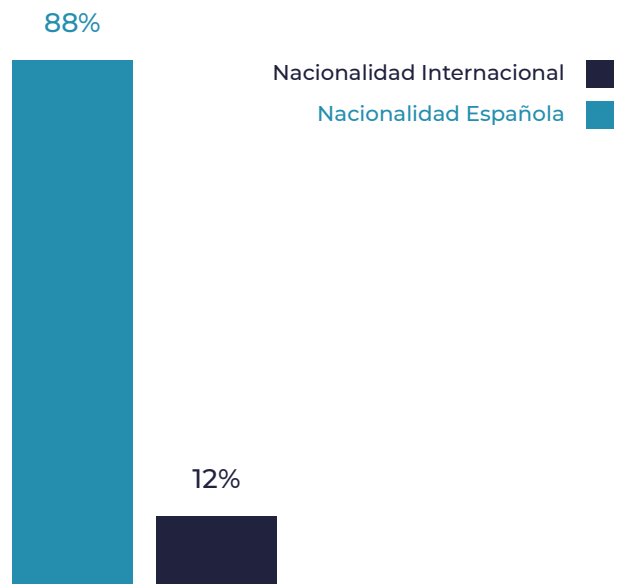
# 5. PERFIL DEL INVERSOR

## 5.1 NACIONALIDAD

En el año 2021 se ha incrementado el porcentaje de BAS de nacionalidad española pasando de un 85% a un 88%, manteniéndose la procedencia centroeuropea como la más común en los internacionales.

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

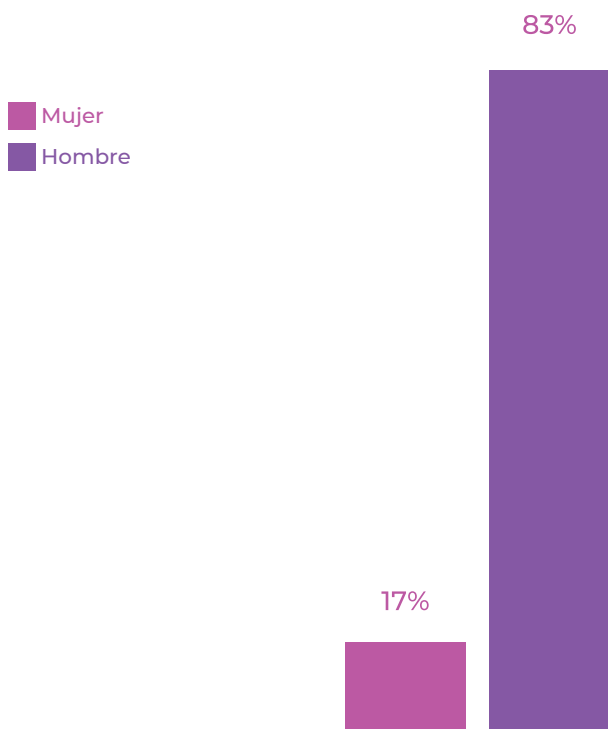
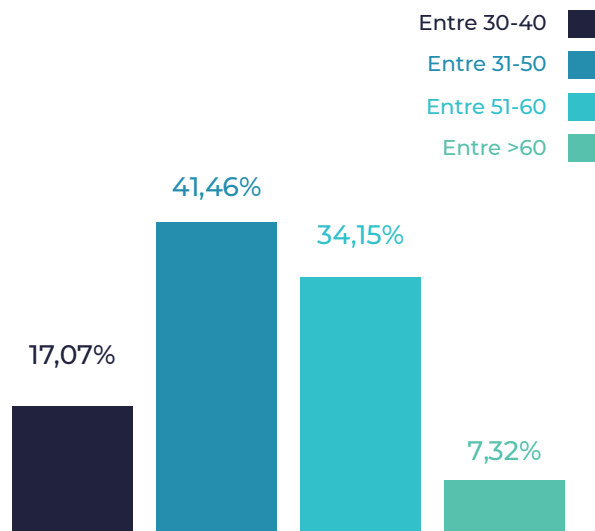
En el año 2021 se ha incrementado el porcentaje de BAS que indican que han residido en Andalucía. Este incremento puede deberse al efecto pandemia de utilizar la vivienda en Andalucía como residencia habitual para los internacionales.

No podemos dejar de valorar que 2021 ha sido un año completamente afectado por la pandemia en cuanto a datos comportamentales y demográficos. Afortunadamente como vemos en los apartados siguientes, ha sido un año positivo en el sector con un incremento de las inversiones y desinversiones, así como mejora de indicadores de madurez del sector.



### 5.3 EDAD

El 83% de los inversores esta 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. Finalmente, aunque con menor peso, el grupo de edad de mayores de 60 años, que tiene un potencial de crecimiento enorme, y donde tendrían mucho sentido iniciativas de difusión y formación sobre la actividad del Business Angel.



### 5.4 GÉNERO DEL BA

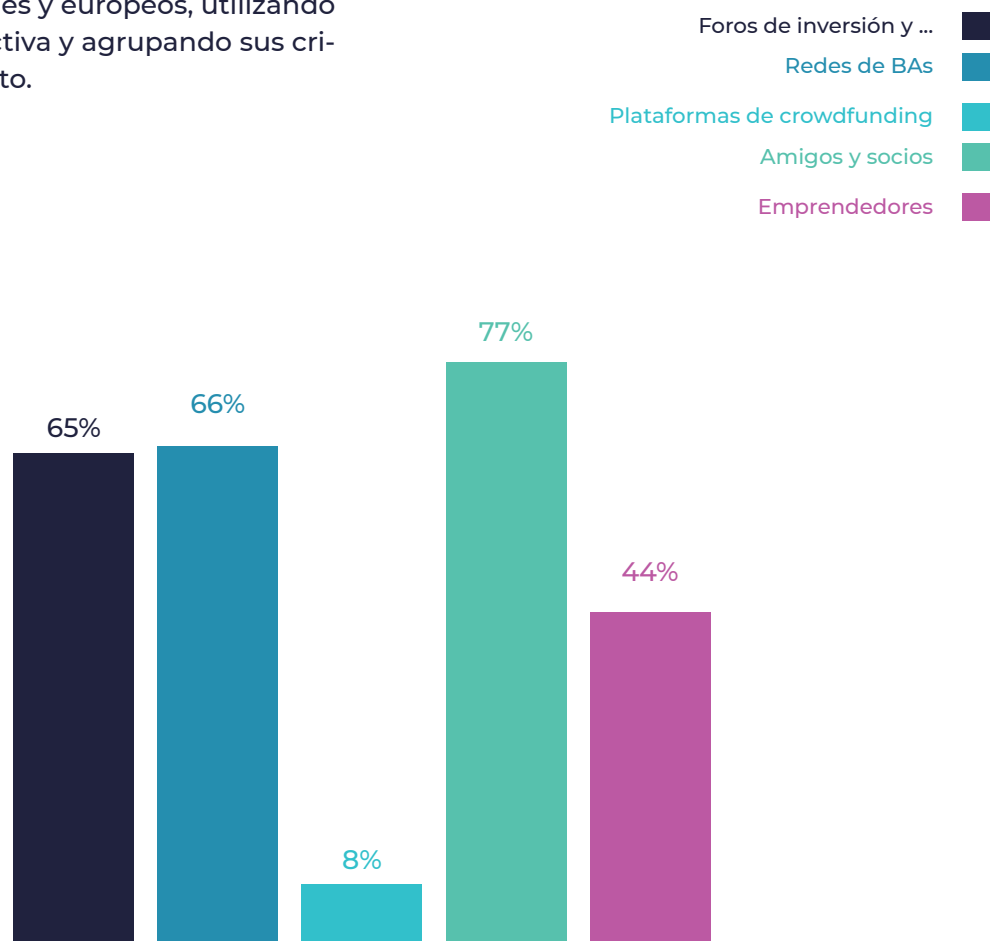
Los BAs en Andalucía son el 17% mujeres, dato superior a la media española y europea. Este porcentaje está por encima del reseñado en otros sectores económicos como porcentaje de directivas, empresarias o consejeras. Los motivos para ello se pueden encontrar en que la actividad como Business Angel es compatible con otras actividades, no erosiona la conciliación familiar, así como la presencia en AABAN desde su inicio de mujeres en su junta directiva. La junta directiva 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, el 54% de los BA prefiere invertir con otros BAs frente a un 50% declarado el año anterior.

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 financiación pública, (17%) y con family offices (22%).



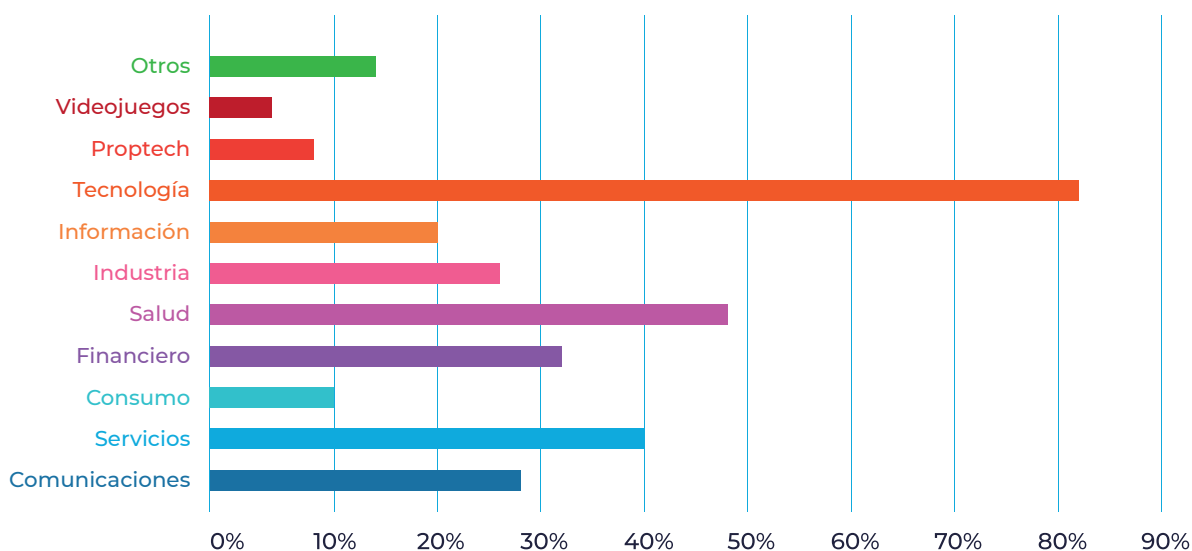
## 6. CARACTERÍSTICAS DE LAS INVERSIONES

### 6.1 SECTORES PREFERENTES PARA INVERTIR

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

En esta gráfica se ve claramente como los proyectos ligados al sector tecnológico son los que principalmente atraen el interés de los inversores Ángel, debido a sus características de alta escalabilidad y recurrencia, que requiere este tipo de inversión riesgo. 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 están también el sector salud y el de servicios con un porcentaje significativo del interés de los Business Angel. No ha sido objeto de análisis. De forma cualitativa comienza a aparecer interés significativo por proyectos de impacto (Impact Investment), con marcado foco en la sostenibilidad y lo social.

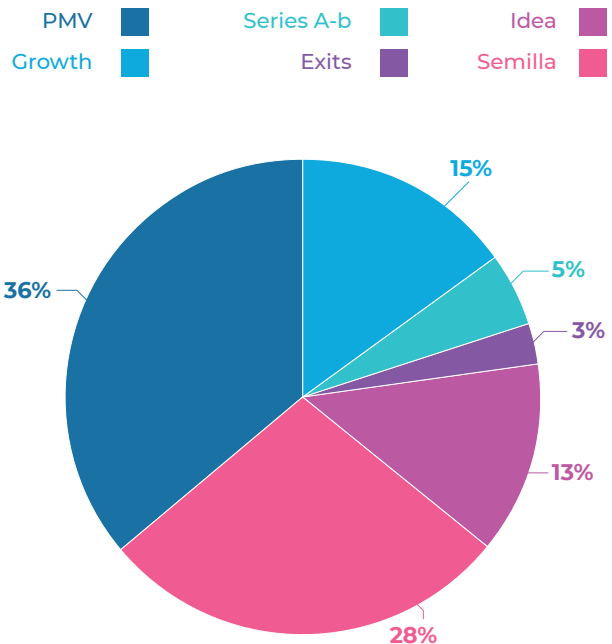


## 6.2 ESTADO STARTUPS INVERTIDAS

Del estado de desarrollo de los proyectos invertidos, el 41% están en fase temprana y en fase semilla (frente al 65% del año anterior), incrementándose en cambio el número de proyectos que están en fase early stage (producto mínimo viable en el mercado y algunos clientes), un 36% y en fase crecimiento un 15% vs. Un 12 % del año anterior.

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. Es probable que las inversiones de crecimiento y expansión sean consecuencia de procesos de follow on o seguimiento.

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

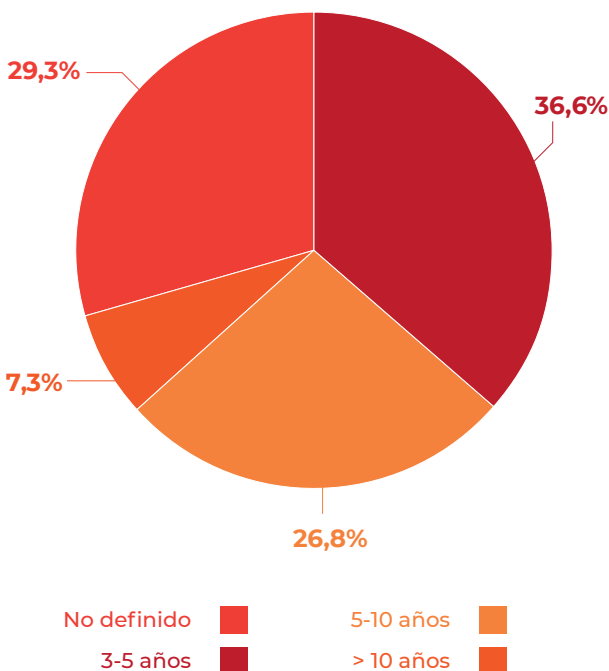


## 6.3 HORIZONTE TEMPORAL DE LA INVERSIÓN

Un 36,6% de los inversores declaran tener un horizonte de inversión de entre 3 a 5 años (frente al 44% que lo declaraban hace un año) y un 26,8% de entre 5 y 10 años. Sólo un 7,3% cuenta con un horizonte temporal de más de 10 años, dato que se incrementa considerablemente del 2% del año anterior.

Los datos parecen indicar una tendencia a incrementar el horizonte temporal de las inversiones.

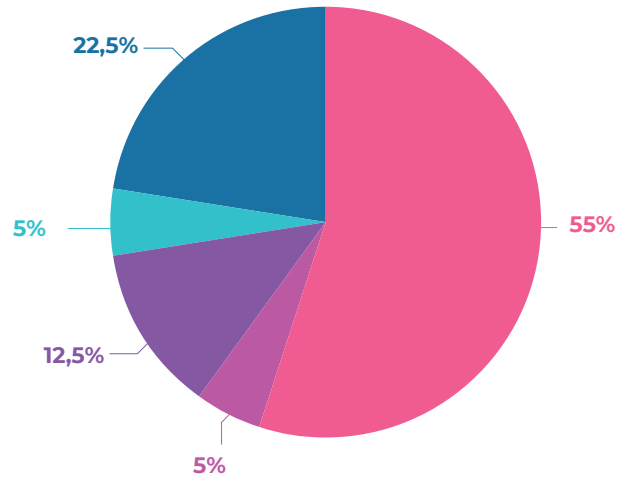
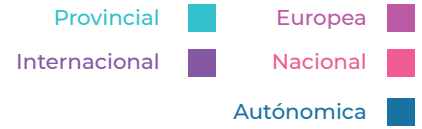
Sin embargo llama la atención significativamente el porcentaje de indefiniciones del 29,3%, frente al 26% del año anterior, lo cual se puede explicar debido a la parte emocional de inversión que caracteriza al Business Angel y su deseo de aportar frente a la expectativa de ganar. Muy especialmente, también la emoción vinculada a su participación en este tipo de proyectos.



## 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 55% nacional y en 30% andaluza. Sólo un 12,5% invierten en proyectos de origen internacional.

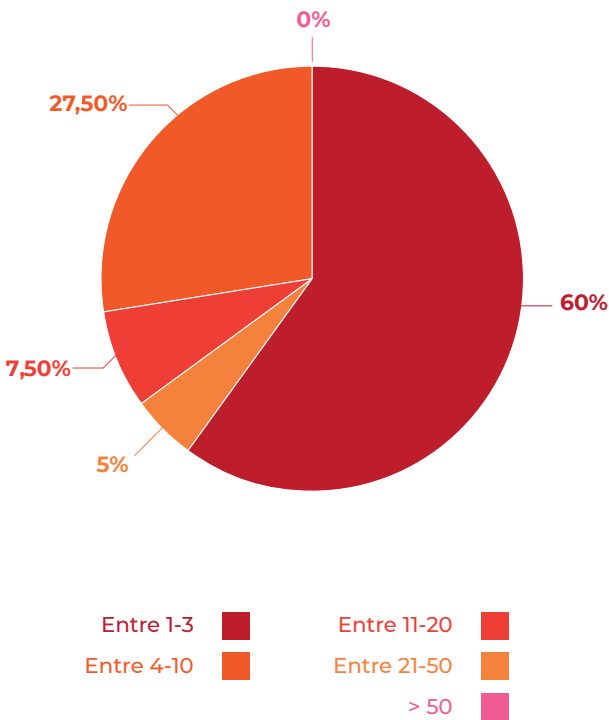
Las cifras de inversión nacional y andaluza se han incrementado con respecto al año anterior, con un 39% y un 28% respectivamente, lo cual muestra también una mayor madurez del ecosistema con capacidad de generar proyectos de interés para los inversores. Los datos de inversión a nivel provincial se mantienen en línea con los del año anterior.



## 6.5 N° DE STARTUPS EN CARTERA

Un 60% de los BAS cuentan con menos de 4 startups en cartera y un 27,5% entre 4 y 10 startups, siendo este un dato consecuencia de la juventud del sector en Andalucía. Una primera conclusión en comparación con los datos del año anterior 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.

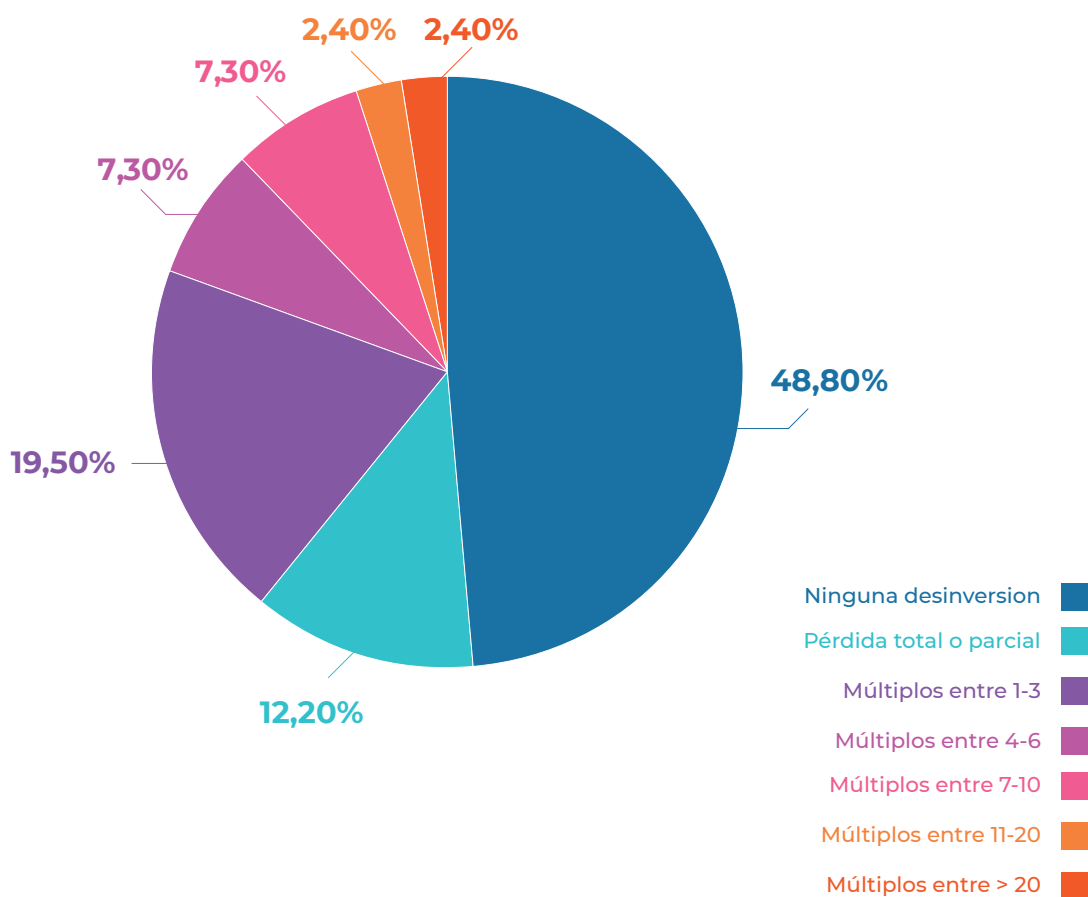
Por otro lado el 12,5% cuentan con más de 11 startups en cartera, lo que suele representar los business angels más activos y de mayor recorrido, y frente al 17% del año anterior, que coincide con los datos globales de 2021, que muestran un año con significativas desinversiones.



## 6.6 Resultado de las desinversiones realizadas

Un 48,8% de las desinversiones no se han efectuado, aunque han crecido frente al 60% del año anterior, por lo que coincide con la conclusión del año anterior, 2021 ha sido un año donde se ha incrementado el número de desinversiones. El 12,2% indica que las desinversiones efectuadas han sido con pérdida parcial o total, frente a un 40% que declara múltiplos de la misma.

Si analizamos los resultados teniendo en cuenta los datos del año anterior, el porcentaje de desinversiones con pérdida parcial se incrementa (era un 9%), aunque sólo un 30% declaraba desinversiones con múltiplos, frente a un 40% de este año. Coincide claramente pues un mayor número de desinversiones y el ratio de desinversiones exitosas en ambos años.



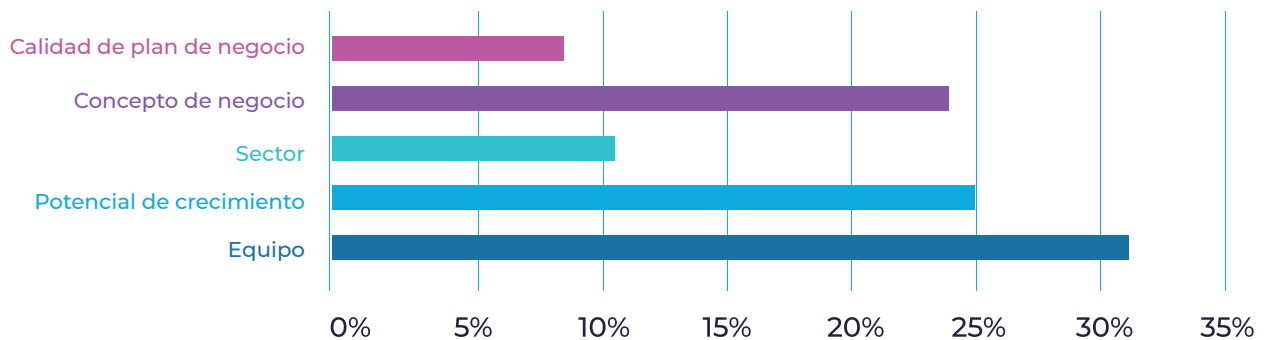
# 7. CRITERIOS DE INVERSIÓN

## 7.1 FACTORES DECISIVOS PARA INVERTIR

Como ya se ha puesto de manifiesto en los perfiles de años anteriores, el equipo sigue siendo el primer criterio de valoración en la toma de decisión de la inversión, en el mismo porcentaje que el año anterior (31%), seguido por el potencial de crecimiento (25%) y el concepto de negocio (24%).

La importancia del equipo de personas que lideran y forman la startup es crítico para el Business Angel a la hora de invertir. En el año anterior, 2020 el potencial de crecimiento de la compañía se valoraba con un 20% y el concepto de negocio con un 19,3%. La tendencia parece mostrar un crecimiento al alza en estos dos últimos criterios.

Criterios también relevantes son la calidad del plan de negocio (9%) y el sector (11%), 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 clave y por otro lado 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)



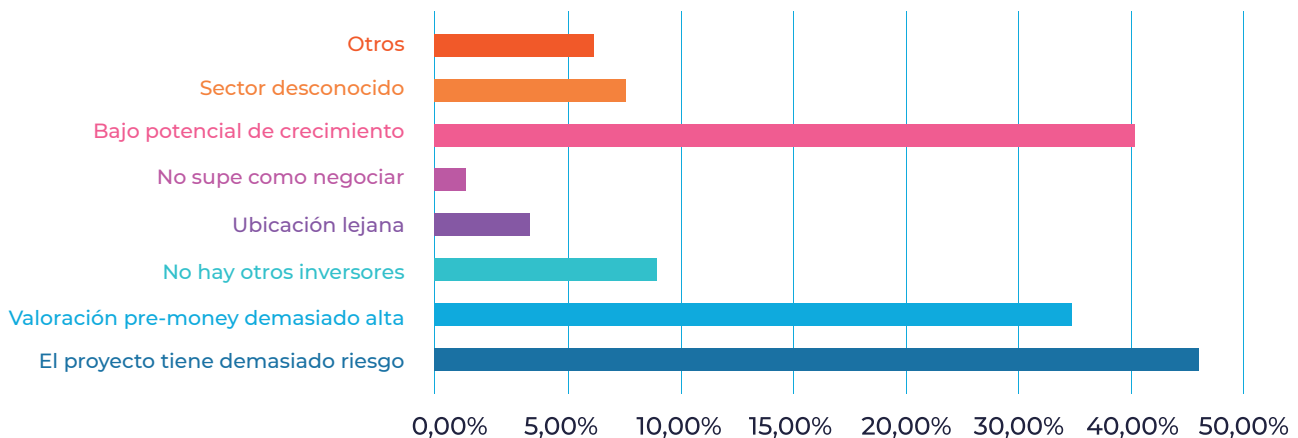
## 7.2 FACTORES DECISIVOS PARA NO INVERTIR

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 tener demasiado riesgo, una valoración pre-money demasiado alta, y un bajo potencial de revalorización. Estas conclusiones parecen absolutamente lógicas y transmiten una madurez significa-

tiva 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.

### ¿CUÁLES SON LOS MOTIVOS POR LOS QUE NO HAS INVERTIDO EN LOS PROYECTOS QUE HAS REVISADO EN LOS ÚLTIMOS 5 AÑOS?





### 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 cuales 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.

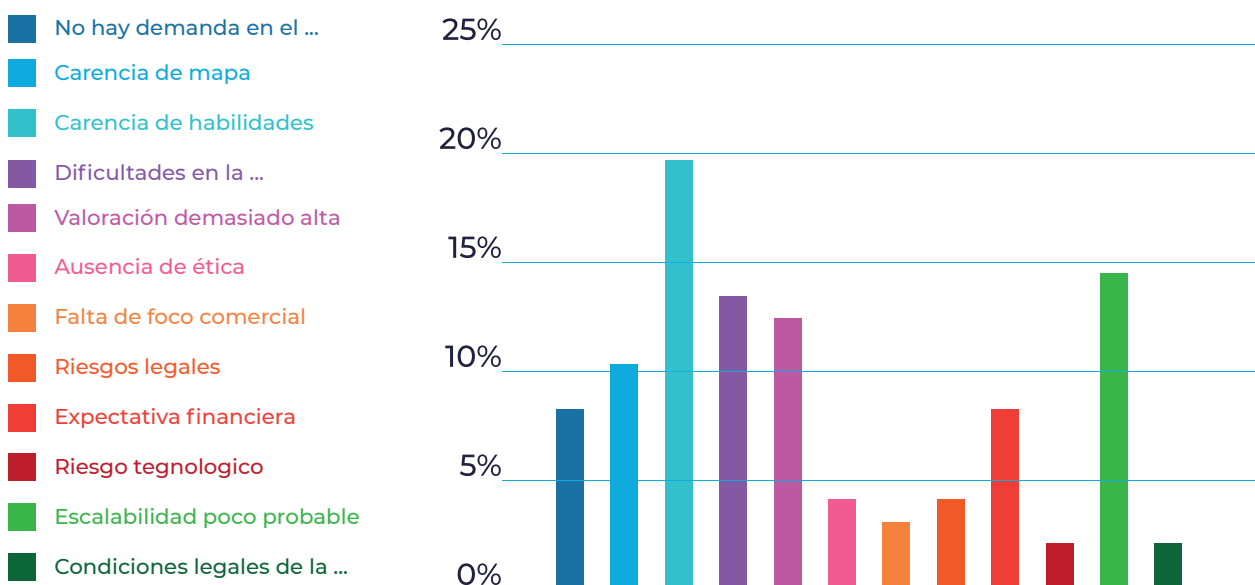
Los inversores perciben que el mayor problema es el relativo a la falta de capacidad del equipo para desarrollar el proyecto (un 19% frente a un 17% del año anterior) escalabilidad poco probable (14%), y problemas de personalidad en el equipo (13%). Es relevante que el motivo principal del año anterior

las valoraciones muy altas casi con un 20%, han dejado de tener tanta relevancia este año, cayendo al 12%.

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

También es importante la percepción del inversor en relación al análisis competitivo (10%).

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



## 8. COMO SON LAS APORTACIONES DE LOS BUSINESS ANGELS

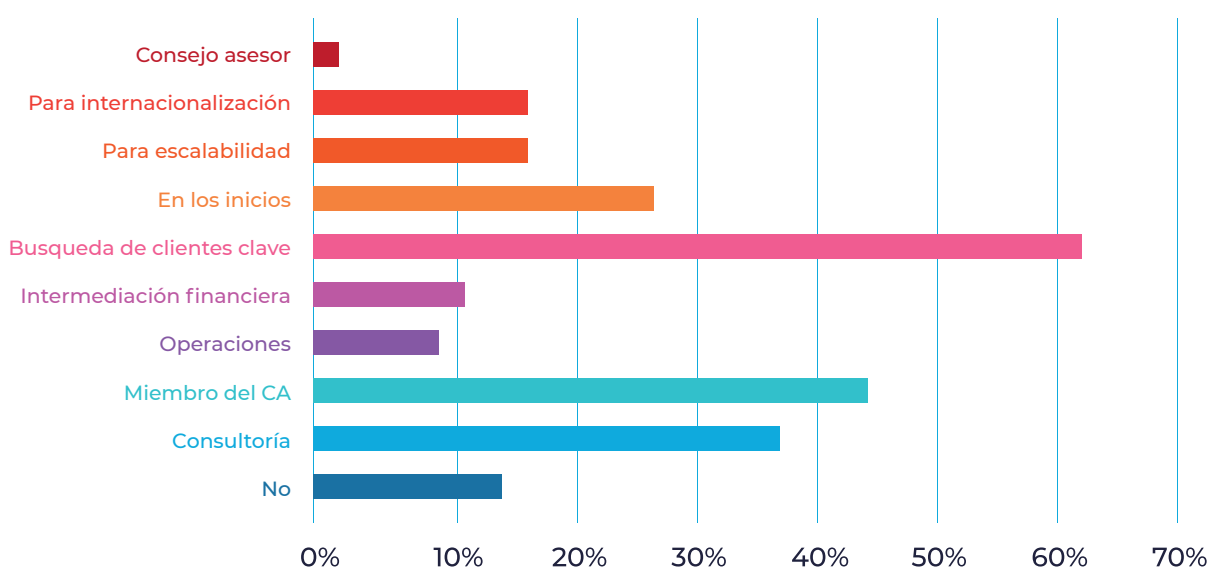
### 8.1 TIPO DE INVOLUCRACIÓN DEL BA EN LOS PROYECTOS

La actividad como Business Angel no suele limitarse a la aportación de capital. Es una participación activa, con un 61% de los BAs que se involucran en la búsqueda de clientes o contactos clave, y un 44% como miembros del consejo de administración. Sólo un 15% no se involucran en los proyectos en los que invierten. Este porcentaje se ha visto disminuido en relación al año anterior (sólo un 3%), y puede ser consecuencia de la mayor profesionalización del sector con perfiles inversores puramente financieros.

En el resto de los casos la participación del inversor es activa, siendo la tipología más común la ayuda en contactos clave (la red), la consultoría, la participación como miembro del consejo de administración y la búsqueda de clientes.

Sin embargo, también otros Business Angels se involucran en actividades centradas en la consultoría, la intermediación financiera y la internacionalización.

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.

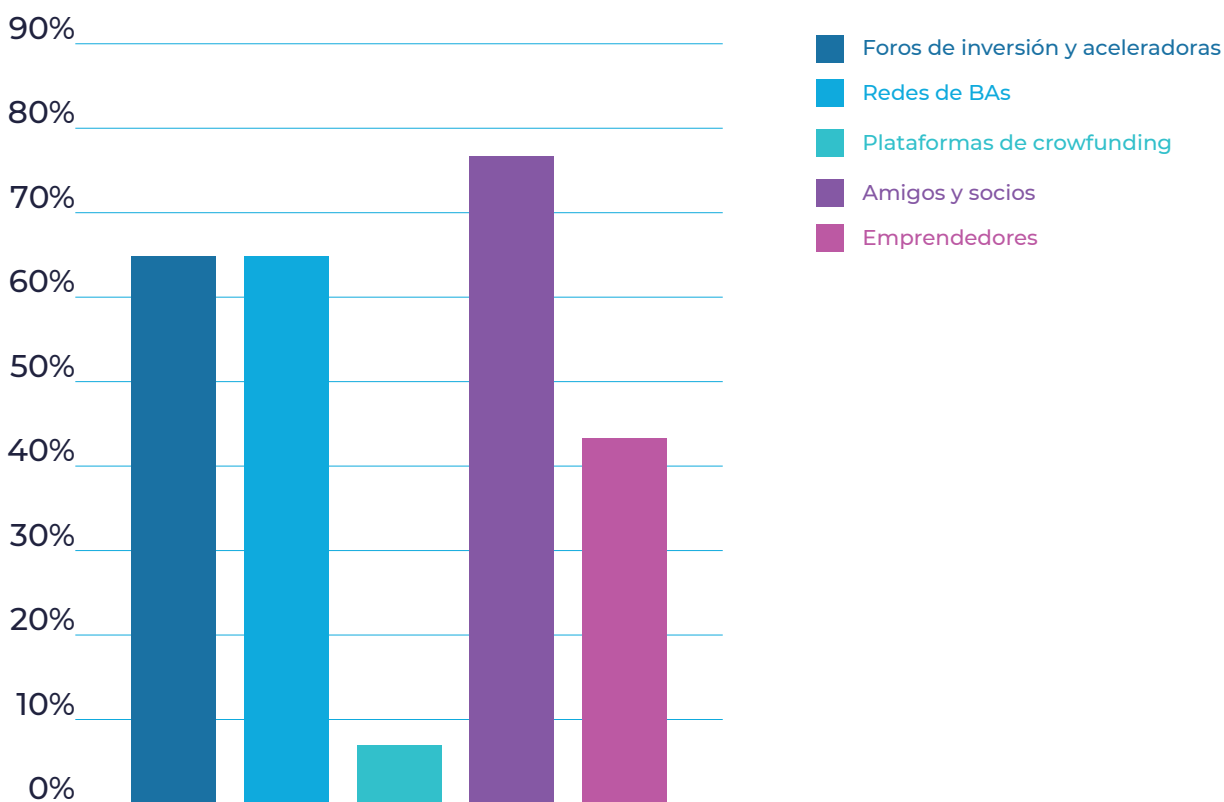


## 8.2 CANALES DE ACCESO A LAS OPORTUNIDADES DE INVERSIÓN

La principal forma de conocimiento de los proyectos por parte de los Business Angels son las redes como AABAN, así como sus socios y amigos, duplicándose el peso de las redes en el colectivo, frente a los datos del año anterior. También es crítico el papel de difusión en este conocimiento de los foros de inversión y las aceleradoras.

Los emprendedores siguen siendo el cuarto elemento más común de acceder a una oportunidad de inversión, lo cual consolida su papel activo en la búsqueda de inversión y la no necesidad de intermediación. Los Business Angels más profesionalizados atraen directamente a los emprendedores porque cuentan con la reputación y herramientas para ello (linkedin, empresas, webs, etc...)

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 inversor por la aportación a la compañía (consultoría, contactos, clientes), y no ser una mera inversión.

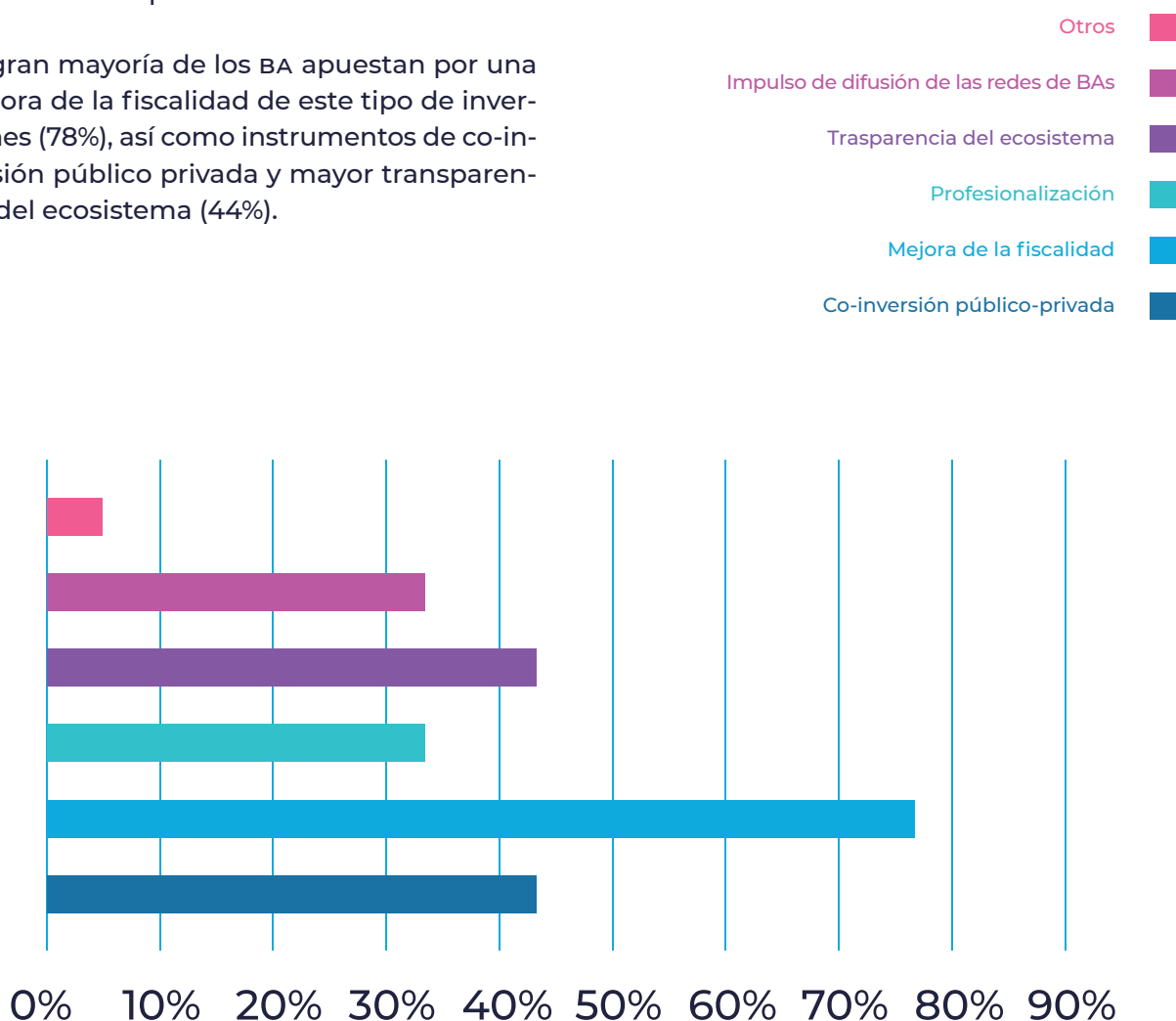


### 8.3 INICIATIVAS PARA POTENCIAR EL SECTOR DE BA

Esta 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 que 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 los BA apuestan por una mejora de la fiscalidad de este tipo de inversiones (78%), así como instrumentos de co-inversión público privada y mayor transparencia del ecosistema (44%).

En relación al año anterior el orden de importancia de los criterios se mantiene, con lo cual no se producen cambios significativos en las demandas de iniciativas para potenciar el sector por parte de los Business Angels.



## **AGRADECIMIENTOS**

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

A los Bussines Angel 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