

PERFIL DEL BUSINESS ANGEL

# 2023

## EN ANDALUCÍA

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

[infoaaban.org](mailto:infoaaban.org)

**aaban**  
BUSINESS ANGELS NETWORK

  
PROMÁLAGA

  
Ayuntamiento  
de Málaga

<b>3</b>	<b>1. PRÓLOGO</b>
<b>4</b>	<b>2. CARTA DE LA PRESIDENTA DE AABAN</b>
<b>5</b>	<b>3. QUÉ ES AABAN</b>
<b>6</b>	<b>4. RESUMEN EJECUTIVO</b>
<b>8</b>	<b>5. PERFIL DEL INVERSOR</b>
8	5.1 Nacionalidad
8	5.2 Lugar de Residencia
9	5.3 Edad
9	5.4 Género del BA
10	5.5 Cómo invierten los BA
<b>11</b>	<b>6. CARACTERÍSTICAS DE LAS INVERSIONES</b>
11	6.1 Sectores preferentes para invertir
12	6.2 Estado de las startups invertidas
13	6.3 Horizonte temporal de la inversión
14	6.4 Localización geográfica de los proyectos invertidos
15	6.5 Número de startups en cartera
16	6.6 Resultados de las desinversiones realizadas
<b>17</b>	<b>7. CRITERIOS DE INVERSIÓN</b>
17	7.1 Factores decisivos para invertir
18	7.2 Factores decisivos para no invertir
19	7.3 Principales problemas de los proyectos
<b>20</b>	<b>8. APORTACIONES DE LOS BUSINESS ANGELS</b>
20	8.1 Tipo de involucración del BA en los proyectos
21	8.2 Canales de acceso a las oportunidades de inversión
22	8.3 Iniciativas para potenciar el sector de BA
<b>23</b>	<b>9. AGRADECIMIENTOS</b>

---

# 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 emprendedor, convirtiéndose en un lugar para asentar nuevas sedes de empresas o ampliar las instalaciones de las que ya están aquí localizadas.

Promálaga colabora un año más con la Asociación Andaluza de Business Ángels 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 el Ayuntamiento y Promálaga trabajamos para promocionar Málaga como ciudad para emprender y posicionarla como destino idóneo para que se instalen empresas de alto valor añadido del sector tecnológico. 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 como son servicios de consultoría, ayudas y subvenciones, y proveedores.

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 satisfechos de nuestra colaboración con AABAN para favorecer la creación empresarial en Málaga. Seguiremos desarrollando alianzas para contribuir al desarrollo económico y social de la ciudad.

## **Alicia Izquierdo García**

Teniente de Alcalde y Concejala del Área de Innovación,  
Digitalización Urbana, Promoción de la Inversión Tecnológica y Empresarial  
Captación de Inversiones del Ayuntamiento de Málaga



## 2. CARTA DE LA PRESIDENTA DE AABAN

Un año más, y este es ya el quinto, 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. Nos sentimos muy satisfechos de 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.

Nuestra intención es seguir 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.

Este año 2023 se ha caracterizado por la disminución de la cifra global, europea y nacional de inversión en startups, así como por una bajada en la valoración de las mismas, consideradas en términos de múltiplos de facturación o EBITDA. Aún así las cifras se mantienen por encima de los niveles pre Covid.

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 un 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 Network) 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**

## 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 2023 crecen los BAS que invierten en nuestra región y tienen **nacionalidad** internacional pasando de un 9 a un 11%, manteniéndose la procedencia europea como la más común. En cuanto al lugar de residencia, el 73% de todos los BAS que invierten en Andalucía, viven en esta región, frente al dato del año pasado (76%). Es un dato relevante que un 2% declaran vivir de forma equilibrada en las dos zonas, manteniendo viviendas tanto en Andalucía como fuera de ella.

El 71% de los BAS se encuentran en el **intervalo de edad** de entre 40-60 años, creciendo el segmento de los BAS mayores de 61 años, llegando a ser cerca de un 16%. La red andaluza sigue teniendo un **porcentaje de mujeres inversoras** superior a los ratios de las principales redes españolas y europeas, siendo el 22% este año.

La **zona geográfica de procedencia de los proyectos** en los cuales invierten los BAS en Andalucía es en un 48% nacional (frente un 39% el año pasado) y en 18% andaluza (frente a un 28% del año pasado). El porcentaje de inversiones de ámbito internacional sigue subiendo al 34%, lo cual es signo de mayor internacionalización de los BAS que invierten en Andalucía.

El **horizonte de inversión** de entre 3 a 5 años, un 42% (superior en 4 puntos al año anterior) es el objetivo más frecuente para los inversores. Un 29% de los inversores declaran un horizonte temporal de entre 5 y 10 años, y solo un 2% cuenta con un horizonte temporal de más de 10 años, inferior al año anterior (8,7%). Los datos parecen indicar una tendencia a la madurez del sector con horizontes temporales en el entorno de los 3-10 años, aunque aun un porcentaje relativamente alto indica no tener definido su horizonte de inversión.

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 (31%) y semilla (51%). En etapa growth invierten un 38% de los Business Angels, bien como primera inversión o como acompañamiento a rondas posteriores. Un ligero descenso frente al año anterior, pero compensado por el incremento al 11% de inversión en rondas serie B.

El **equipo** sigue siendo el **primer criterio de valoración** en la toma de decisión de la inversión (votado el primero por cuatro de cada cinco inversores), seguido por el potencial de crecimiento y la idea o modelo de negocio. En este aspecto los datos son iguales al año anterior.

## 4. RESUMEN EJECUTIVO

Los principales problemas detectados en los proyectos estudiados y valorados por los inversores ángel son los relativos a la carencia de habilidades del equipo (47%), las valoraciones demasiado altas o no ajustadas a la tracción del proyecto (49%) y la escalabilidad poco probable (67%), siendo este último el más ponderado por los inversores. Este hecho indica el peso a la alta escalabilidad de la inversión semilla.

El 62% de los BA **prefiere invertir con otros BAs**, porcentaje que aumenta cada año, superando en este caso el del año anterior del 59%. Crecen los inversores que declaran invertir con fondos de capital riesgo (22%) e inversores corporativos (18%).

Un 45% de los BAs cuentan con menos de 4 startups en **cartera** y un 39% entre 4 y 10 startups. Sigue incrementándose el segundo grupo frente al primero como en años anteriores.

Los dos **factores principales** que hacen que un BA **no invierta** en un proyecto son tener demasiados riesgos (56%), así como una valoración pre-money demasiado alta (53%), seguidos por bajo nivel de validación y/o tracción.

La gran mayoría de lo BA **apuestan por** una mejora de la fiscalidad de este tipo de inversiones (78%), así como instrumentos de co-inversión **público privada** (60%) e impulso a las redes de Business Angels (58%).

Un 36% (frente a un 44% del año anterior) declara no haber efectuado desinversiones en 2023, porcentaje que sigue decreciendo año a año. El 9% indica que las desinversiones efectuadas han sido con pérdida parcial o total, frente a un 56% que declara múltiplos de la misma, 8 puntos superior al año anterior.

La actividad como Business Angel no suele limitarse a la aportación de capital. Es una **participación** activa, con un 49% de los BAs que se involucran en la búsqueda de clientes o contactos clave, así como consultoría y un 44% como miembros del consejo de administración (una subida destacable de 16 puntos porcentuales. Sólo un 16% no se involucran en los proyectos en los que invierten, mismo dato declarado el año anterior.

Los **sectores más preferentes** para los inversores son el software empresarial (el 51% declara buscar proyectos en este sector), la inteligencia artificial (49%), salud (42%) e industria (40%). En un segundo grado de interés estarían energía (33%), Fintech (31%), robótica (22%) y alimentación (22%).

## 5. PERFIL DEL INVERSOR

### 5.1 NACIONALIDAD

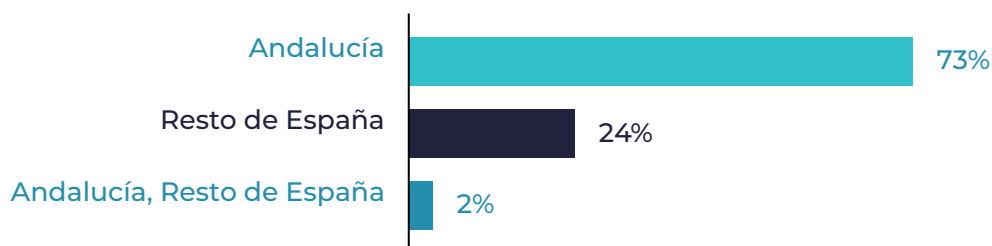
En el año 2023 crecen los BAS que invierten en nuestra región y tienen nacionalidad internacional pasando de un 9 a un 11%, manteniéndose la procedencia europea como la más común. En cuanto al lugar de residencia, el 73% de todos los BAS que invierten en Andalucía, viven en esta región, frente al dato del año pasado (76%). Es un dato relevante que un 2% declaran vivir de forma equilibrada en las dos zonas, manteniendo viviendas tanto en Andalucía como fuera de ella.

La madurez ya 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.



### 5.2 LUGAR DE RESIDENCIA

En cuanto al lugar de residencia, el 73% de todos los BAS que invierten en Andalucía, viven en esta región, porcentaje ligeramente inferior al reportado el año anterior.

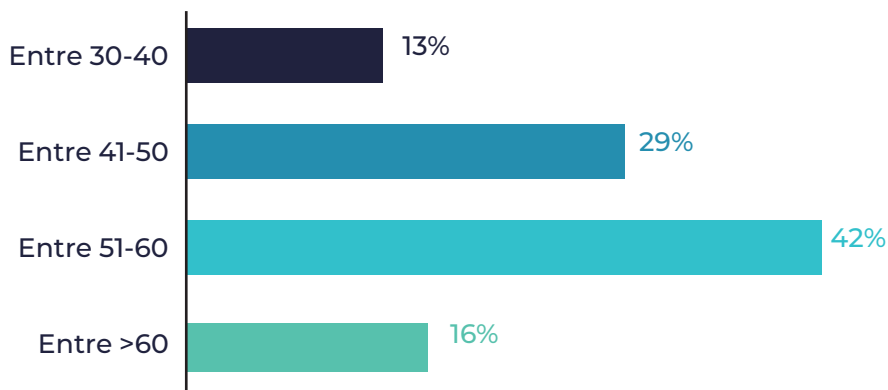




### 5.3 EDAD

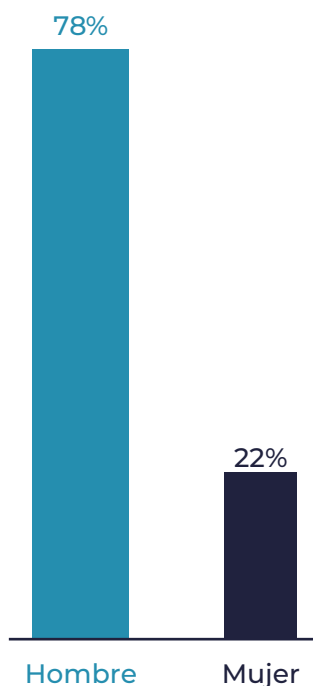
El 71% de los BAS se encuentran en el intervalo de edad de entre 40-60 años, creciendo el segmento de los BAS mayores de 61 años, llegando a ser cerca de un 16%.

Esta etapa 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. En cambio, decrece el sector del segmento de los BAS menores de 40 años, siendo un 13%.



### 5.4 GÉNERO DEL BA

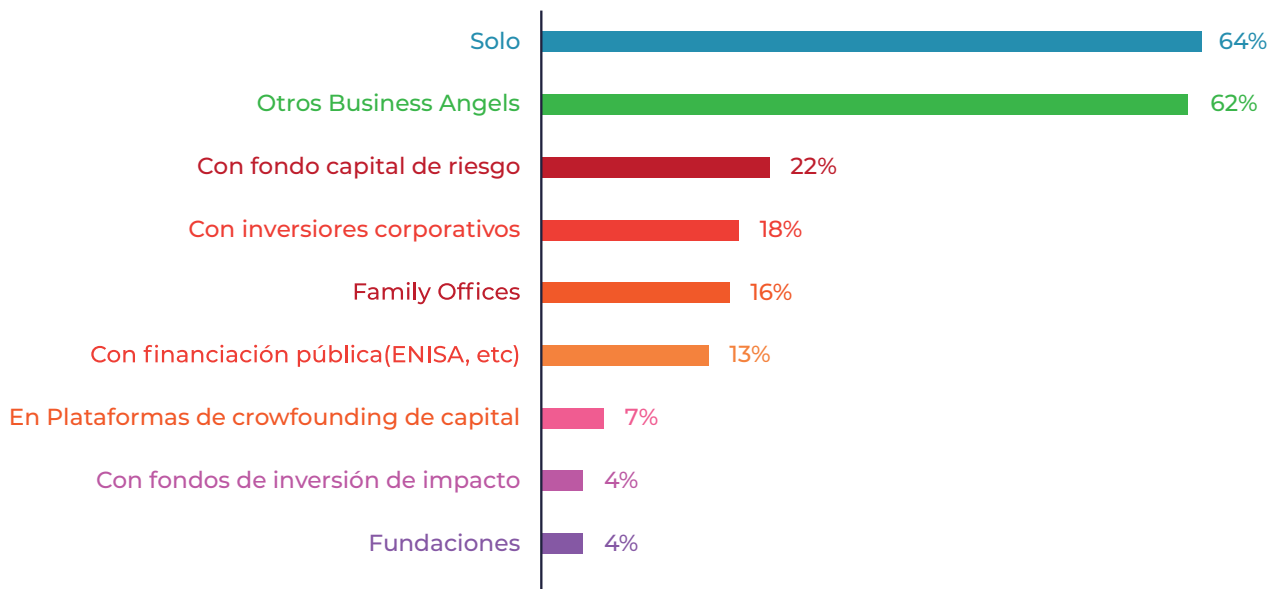
Los BAS que han reportado su actividad en Andalucía son más del 22% mujeres, dato superior a la media española y europea. Este porcentaje se mantiene estable en relación al año anterior y está por encima del reseñado en otros sectores económicos como porcentaje de directivas, empresarias o consejeras. También puede estar sobreponderado por una mayor proactividad en la participación. La junta directiva de AABAN incluyendo sus embajadores cuenta con un 43% de presencia femenina.



## 5.5 CÓMO INVIERTEN LOS BA

Las preferencias de inversión de los BA están muy claras, sigue creciendo el porcentaje de los BA que prefiere invertir con otros: el 62%, que aumenta cada año, superando en este caso el del año anterior del 59%. Crecen los inversores que declaran invertir con fondos de capital riesgo (22%) e inversores corporativos (18%).

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 64% declara preferir invertir sólo. En una escala de importancia menor aparecen family offices (16%), financiación pública (13%) y plataformas de crowdfunding (7%).



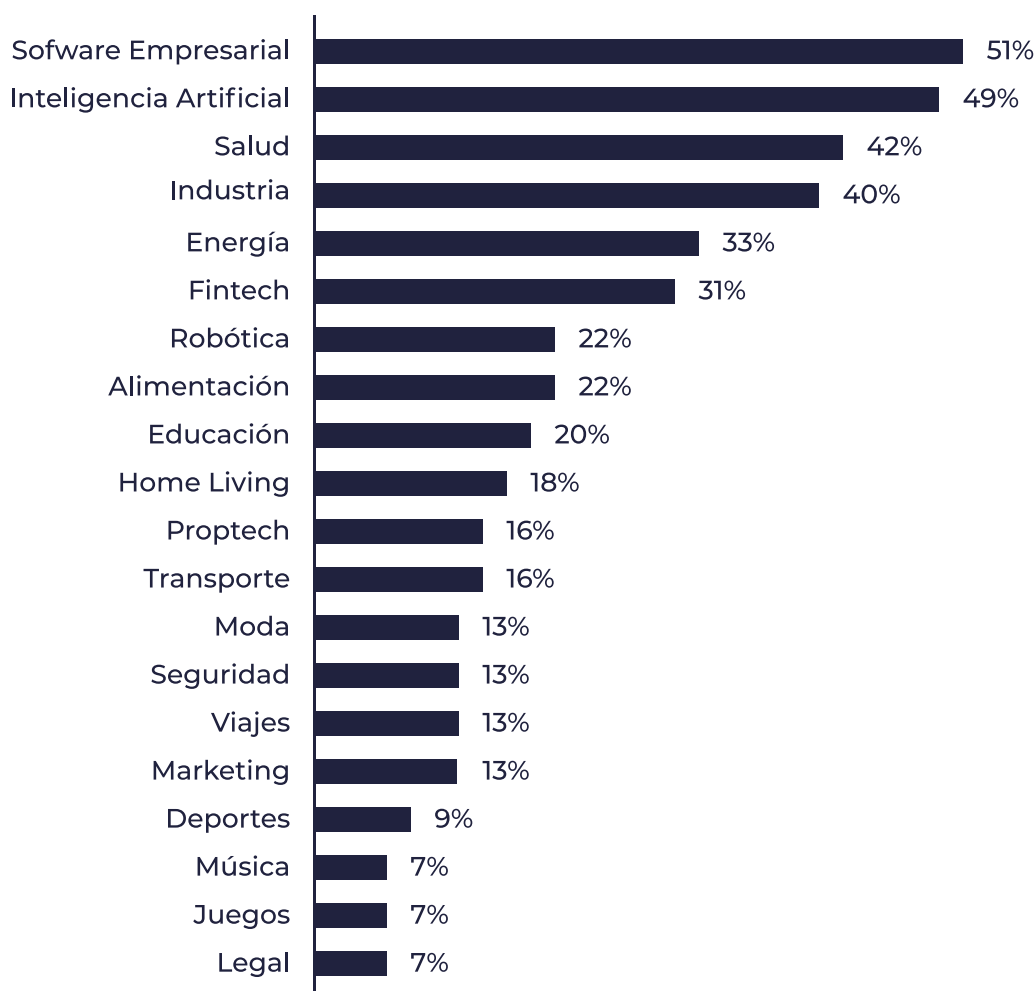
## 6. CARACTERÍSTICAS DE LAS INVERSIONES

### 6.1 SECTORES PREFERENTES PARA INVERTIR

Este año hemos incluido la clasificación propuesta por EBAN (European Business Angel Association).

Los proyectos ligados al sector del software empresarial son los que atraen el interés de los inversores Ángel con un 51%. Sigue la clasificación los proyectos que cuentan con tecnología de inteligencia artificial, un 49%.

Salud con un 42%, energía con un 33% y FinTech con un 31% ocupan la tercera cuarta y quinta posición respectivamente. Destaca el mejor posicionamiento de la inversión en el sector energético.

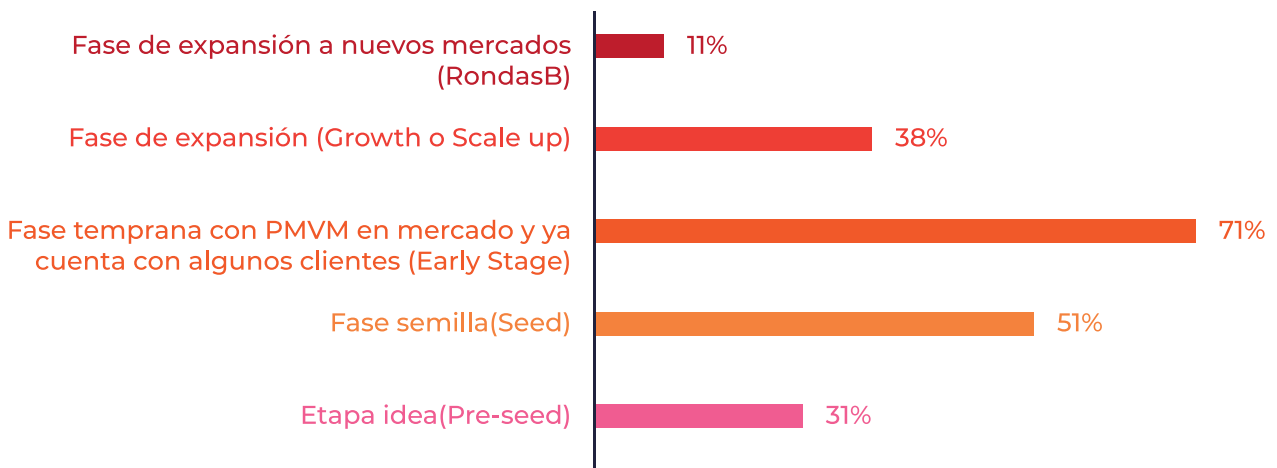


## 6.2 ESTADO STARTUPS INVERTIDAS

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 (31%) y semilla (51%). En etapa growth invierten un 38% de los Business Angels, bien como primera inversión o como acompañamiento a rondas posteriores. Un ligero descenso frente al año anterior, pero compensado por el incremento al 11% de inversión en rondas serie B.

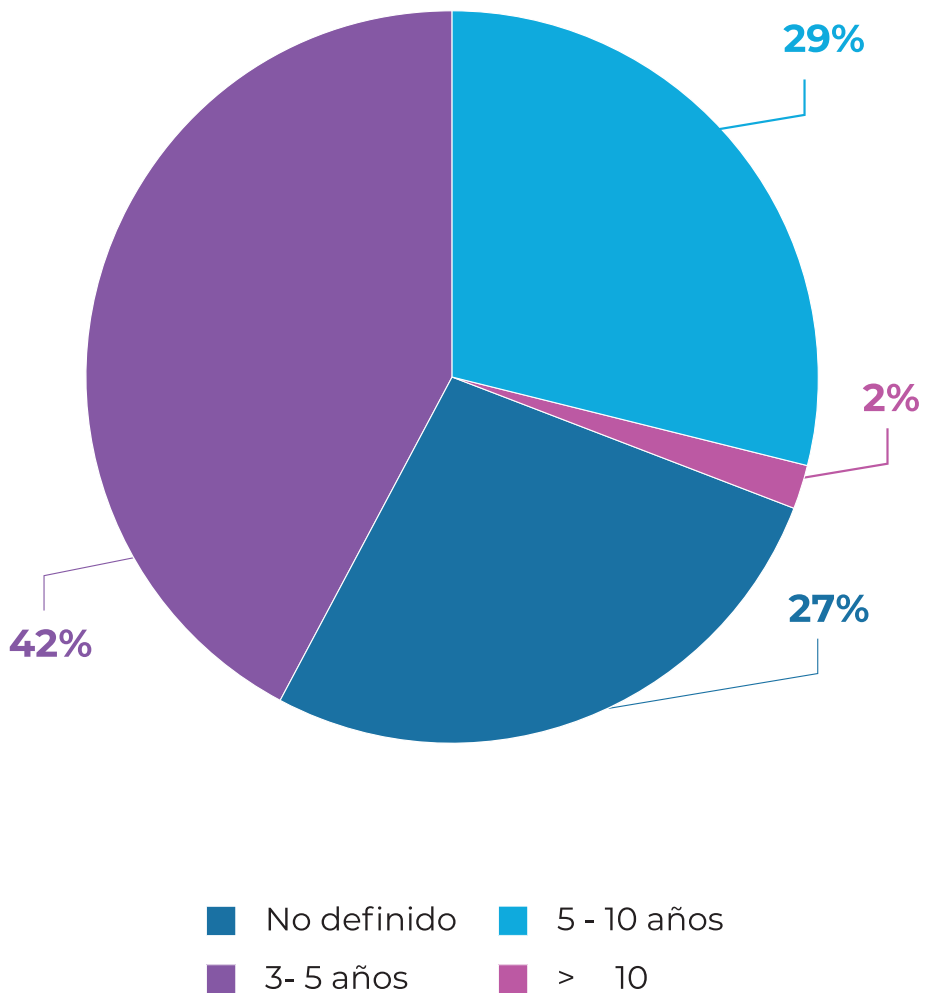
Estos datos coinciden con el posicionamiento del sector del Business Angel en Europa como inversor mayoritario de startups en esta etapa, mientras que los fondos empiezan a incrementar su cuota a partir de ese periodo.

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



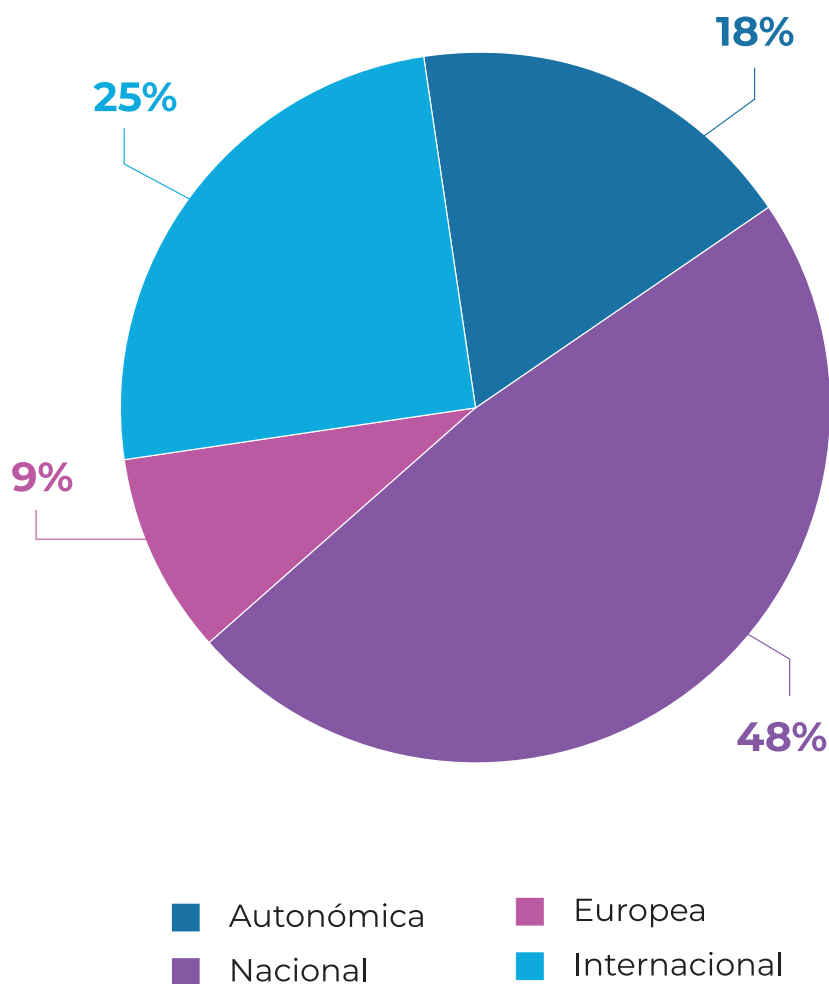
### 6.3 HORIZONTE TEMPORAL DE LA INVERSIÓN

El horizonte de inversión de entre 3 a 5 años, un 42% (superior en 4 puntos al año anterior) es el objetivo más frecuente para los inversores. Un 29% de los inversores declaran un horizonte temporal de entre 5 y 10 años, y solo un 2% cuenta con un horizonte temporal de más de 10 años, inferior al año anterior (8,7%). Los datos parecen indicar una tendencia a la madurez del sector con horizontes temporales en el entorno de los 3-10 años, aunque aún un porcentaje relativamente alto indica no tener definido su horizonte de inversión.



## 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 48% nacional (frente un 39% el año pasado) y un 18% andaluza (frente a un 28% del año pasado). El porcentaje de inversiones de ámbito internacional sigue subiendo al 34%, lo cual es signo de mayor internacionalización de los BAS que invierten en Andalucía.



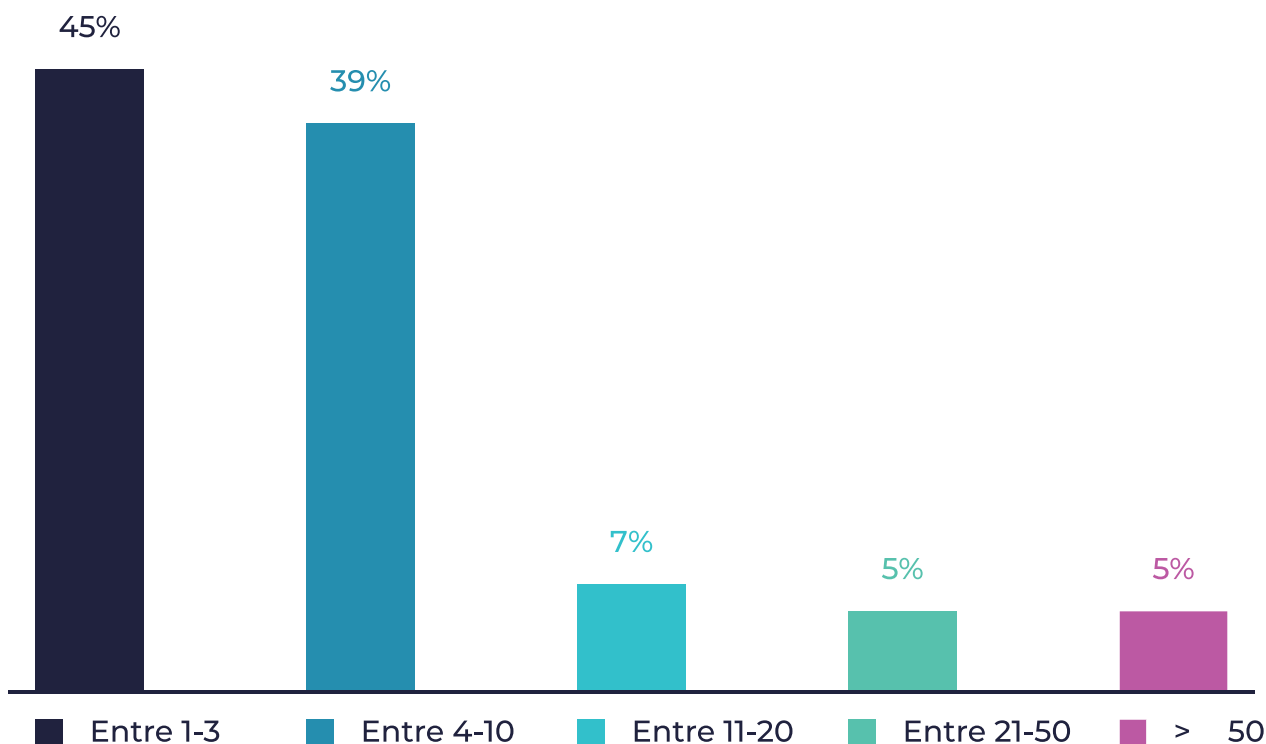
## 6.5 NUMERO DE STARTUPS EN CARTERA

Un 45% de los BAs cuentan con menos de 4 startups en cartera y un 39% entre 4 y 10 startups. Sigue incrementándose el segundo grupo frente al primero como en años anteriores.

El año anterior un 36% estaba en este último intervalo y si revisamos la cifra de 2021 era de 27,5%. Es decir que en dos años este porcentaje ha crecido un 11,5%.

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.

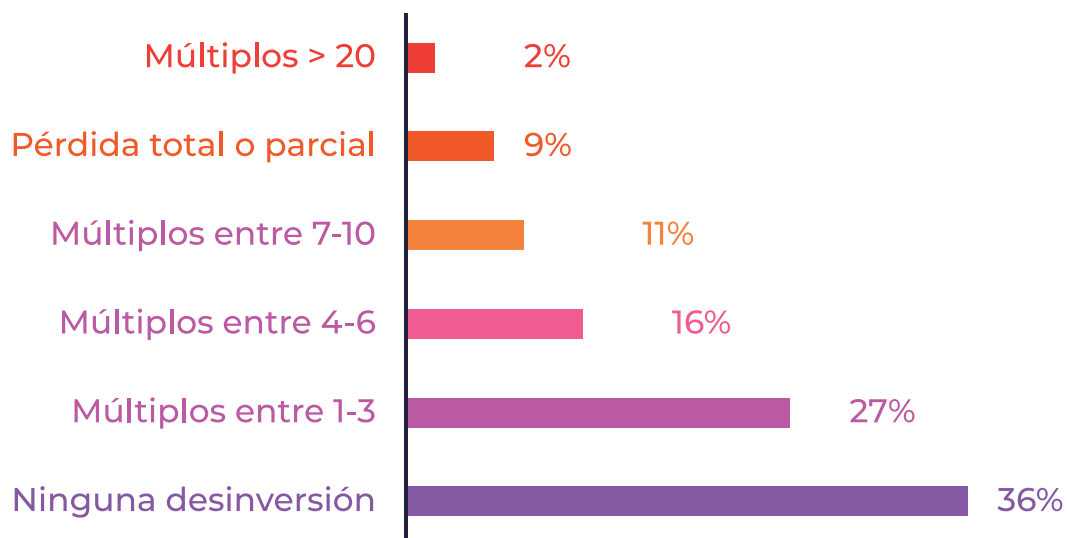
Por otro lado, el 17% cuentan con más de 11 startups en cartera, lo que suele representar los business angels más activos y de mayor recorrido.



## 6.6 Resultado de las desinversiones realizadas

Un 36% (frente a un 44% del año anterior) declara no haber efectuado desinversiones en 2023, porcentaje que sigue decreciendo año a año. El 9% indica que las desinversiones efectuadas han sido con pérdida parcial o total, frente a un 56% que declara múltiplos de la misma, 8 puntos superior al año anterior.

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 claramente pues hay un mayor número de desinversiones en comparación con el ratio de desinversiones de los años anteriores.



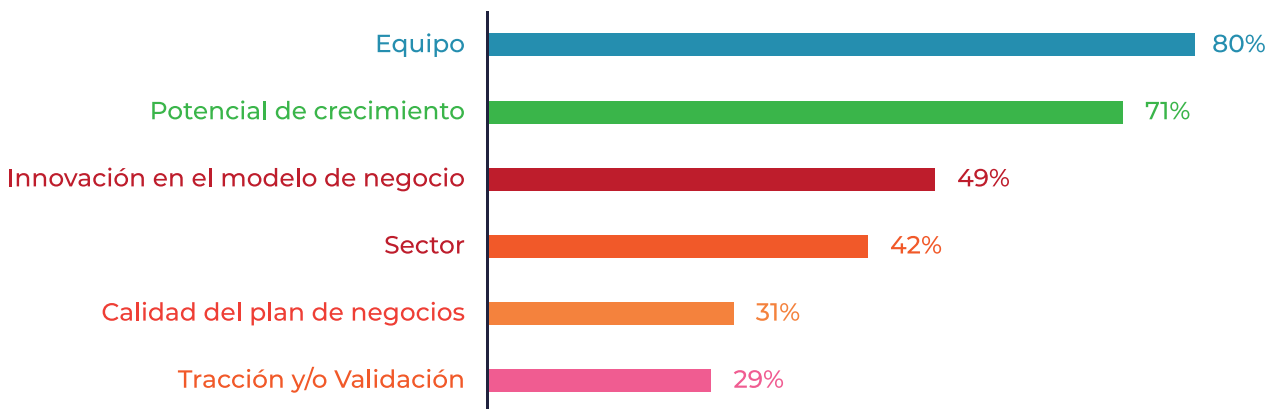


# 7. CRITERIOS DE INVERSIÓN

## 7.1 FACTORES DECISIVOS PARA INVERTIR

El equipo sigue siendo el primer criterio de valoración en la toma de decisión de la inversión (votado el primero por cuatro de cada cinco inversores), seguido por el potencial de crecimiento y la idea o modelo de negocio. Estos datos se mantienen en relación con 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 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).



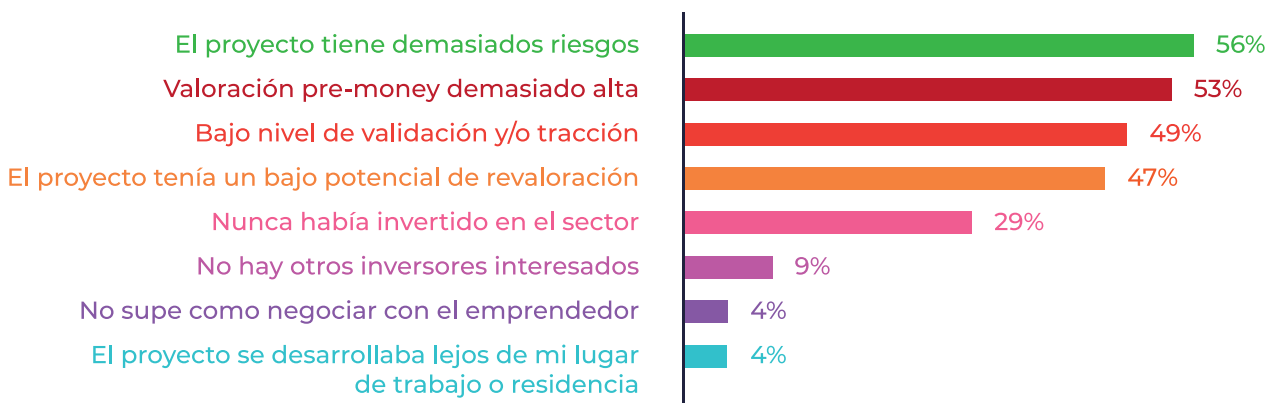
## 7.2 FACTORES DECISIVOS PARA NO INVERTIR

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

Los dos factores principales que hacen que un BA no invierta en un proyecto es tener demasiados riesgos (56%), así como una valoración pre-money demasiado alta (53%), seguidos por bajo nivel de validación y/o tracción (49%).

Es la primera vez que en este tercer lugar aparece este criterio, cuestión que parece una mayor exigencia en este sentido, por parte de los Business Angels, y del todo en consonancia con la tendencia general en inversión durante este 2023.

Estas conclusiones 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.



### 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 principales problemas detectados en los proyectos estudiados y valorados por los inversores ángel son los relativos a la carencia de habilidades del equipo (47%), las valoraciones demasiado altas o no ajustadas a la tracción del proyecto (49%) y la escalabilidad poco probable (67%), siendo este último el más ponderado por los inversores. Este hecho indica el peso a la alta escalabilidad de la inversión semilla

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 competencia, riesgo tecnológico o condiciones legales de la inversión.



## 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 49% de los BAs que se involucran en la búsqueda de clientes o contactos clave, así como consultoría y un 44% como miembros del consejo de administración (una subida destacable de 16 puntos porcentuales. Sólo un 16% no se involucran en los proyectos en los que invierten, mismo dato declarado el año anterior.

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 y por el cual se denomina a esta inversión Smart money o dinero inteligente.



## 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 78%, seguidos por los foros de inversión, aceleradoras y eventos (62%), así como por las redes como AABAN con un peso de 60%. Destaca este año la aparición entre los tres primeros puestos de los foros/ eventos/ aceleradoras

De los datos podemos concluir que se ha decrementado la proactividad de los emprendedores a la hora de contactar directamente a los inversores, canal que ha pasado al cuarto lugar en importancia.

También es crítico el papel de difusión en este conocimiento de los foros de inversión y las aceleradoras. Se puede concluir que las plataformas de crowdequity son menos 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.



### 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 lo BA apuestan por una mejora de la fiscalidad de este tipo de inversiones (78%), aumentando dos puntos en relación al año anterior, así como instrumentos de co-inversión público privada (60%) que pasa el tercer al segundo lugar en la clasificación, e impulso a las redes de Business Angels (58%)

En relación a los datos declarados el año anterior sube en porcentajes de apoyo los tres principales criterios.



## 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