



2020

www.aaban.org

PERFIL DEL BUSINESS ANGEL EN ANDALUCÍA

aaban
BUSINESS ANGELS NETWORK

info@aaban.com

2. PRÓLOGO

3. QUÉ ES AABAN

4. RESUMEN EJECUTIVO

5. PERFIL DEL INVERSOR

5.1 Nacionalidad

5.2 Provincia de Residencia

5.3 Edad

5.4 Sexo del BA

5.5 Antigüedad como BA

5.6 Cómo invierten los BA

6. CARACTERÍSTICAS DE LAS INVERSIONES

6.1 Sectores preferentes para invertir

6.2 Estado de las startups invertidas

6.3 Horizonte temporal de la inversión

6.4 Localización geográfica de los proyectos invertidos

6.5 N° de startups en cartera

6.6 Resultados de las desinversiones realizadas

7. CRITERIOS DE INVERSIÓN

7.1 Factores decisivos para invertir

7.2 Factores decisivos para no invertir

7.3 Principales problemas de los proyectos

8. APORTACIONES DE LOS BUSINESS ANGELS

8.1 Tipo de involucración del BA en los proyectos

8.2 Canales de acceso a las oportunidades de inversión

8.3 Iniciativas para potenciar el sector de BA

9. AGRADECIMIENTOS

PRÓLOGO

En estos momentos de reactivación económica de nuestro tejido productivo, me alegra haber podido colaborar en la publicación, por segundo año consecutivo de este informe tan necesario realizado por AABAN en Andalucía.

En nombre de Promálaga y en el mío propio es un orgullo poder decir que, en los últimos años, Málaga se ha convertido en un referente de crecimiento empresarial, con tasas superiores a la media y una densidad que es la única por encima de la media española.

Desde Promálaga y la Delegación de Turismo, Promoción de la ciudad y Captación de Inversiones del Ayuntamiento de Málaga, trabajamos en la promoción empresarial, la creación de empleo y la atracción de talento. Nuestra misión es ofrecer herramientas de apoyo a la creación y consolidación empresarial, en especial para las pequeñas y medianas empresas, con el objetivo de generar un tejido empresarial malagueño fuerte y estable, que marque el desarrollo económico de la ciudad. Y, para ello, contamos con una Red Municipal de Incubadoras (RMI), compuesta por doce centros, tecnológicos, creativo- culturales, coworking y de distrito, con capacidad para más de 200 empresas.

Fomentamos el espíritu emprendedor, la innovación, el impulso empresarial y la inversión tecnológica en I+D, y lo hacemos con el mayor número de agentes, públicos y privados, que nos es posible. Por ello, es una oportunidad para nosotros poder colaborar y patrocinar iniciativas como la que la asociación AABAN nos brinda mediante la realización y publicación de este informe del perfil del Business Angel en Andalucía, porque las empresas malagueñas necesitan el apoyo y la financiación de socios inversores que crean en sus proyectos.

Esperemos que estos datos permitan un mayor afloramiento de inversores tempranos en nuestra tierra y sirva para afianzar a los ya existentes, sin cuya actuación no podríamos desarrollar en Málaga un ecosistema emprendedor exitoso.

Saludos cordiales,
Rosa Sánchez
Vicepresidenta de Promálaga.



CARTA DE LA PRESIDENTA DE AABAN

Me complace presentar por segunda vez el informe sobre el ecosistema de Business Angels en Andalucía, que estamos seguros se convertirá en una cita ineludible para la información fiable sobre la inversión Angel en Andalucía. Entendemos que más que nunca en la significativa crisis del Covid que estamos viviendo, debemos todos 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. Adicionalmente seguimos incorporando entre nuestros socios nuevos actores de fuera de la región en forma de capitales privados familiares, así como fondos de origen nacional e internacional.

En este año transcurrido desde el primer informe, hemos visto avances importantes en la consolidación del sector en Andalucía con varias series A y exits a niveles de valoración por encima de los 100 millones de euros.

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 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 Angel en nuestra sociedad.

Un cordial saludo,

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 la 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.

FOMENTAR

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

AGRUPAR AL CONJUNTO

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

CANALIZAR

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

DAR A CONOCER

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

4. RESUMEN EJECUTIVO

- El BA que invierte en Andalucía es principalmente de **nacionalidad española**, existe la incorporación de nuevos inversores provenientes de países centroeuropeos alcanzando un 15%.
- El peso de los BAs inversores en su mayoría **proceden de Andalucía**, seguido por los dos grandes polos de emprendimiento, **Madrid y Barcelona**.
- El intervalo de edad de BA en Andalucía, más del 40%, esta entre **40-50 años**.
- El % de BA mujeres con respecto al perfil del año 2019 **ha aumentado** notablemente, **alcanzando actualmente el 39%**. Este dato está por encima de la media europea.
- La mayoría de los participantes **lleva entre 2 y 5 años como BA**. Se detecta un pequeño incremento entre los inversores noveles con menos de un año de actividad.
- Los proyectos ligados al **sector tecnológico** son los que atraen el interés de los inversores Angel. Comienza a aparecer interés por proyectos de impacto social (**Social Impact Investment**), que pueden pertenecer a cualquier de los sectores evaluados.
- Del estado actual de los proyectos invertidos, el **65%** están en **fase temprana** y en **fase semilla**. Un 12 % de los proyectos están en fase de crecimiento.
- Un **2%** de los BA declara que su horizonte de inversión es de **más de 10 años**. Un **44%** prefieren proyectos donde desinvertir entre **3-5 años**
- El **39%** de los BA que invierten en Andalucía invierte en **proyectos nacionales principalmente**.

4. RESUMEN EJECUTIVO

- La media de proyectos que un BA tiene en cartera es de entre **1 y 3 (55%)**. Un **37%** declara tener una cartera de **entre 4 y 20** startups invertidas.
- En la comparativa con el año anterior **se incrementa la importancia del equipo** pasando del **26%** al **31%** de las respuestas de los BA, lo cual no hace sino reforzar el peso de este criterio en la toma de decisión.
- El factor principal que hacen que un BA no invierta en un proyecto es tener una **valoración pre-money demasiado alta**.
- Los **principales problemas** detectados en los proyectos son los relativos a las **valoraciones demasiado altas** o no ajustadas a la **tracción del proyecto** (19 la falta de habilidad del equipo para desarrollar el proyecto (17%) y la complejidad de la escalabilidad (17,7%).
- La actividad como Business Angel no suele limitarse a la aportación de capital. **Es una participación activa**.
- La principal forma de conocimiento de los proyectos por parte de los Business Angels son las **redes, clubs o fondos**, siendo una tercera parte del total.
- El **60%** de las desinversiones no se han efectuado, en parte por la juventud del sector. El **22%** indica que las desinversiones efectuadas han sido con **resultados positivos** con múltiplos entre 1-3.
- El **50%** de los BA prefiere invertir **con otros BAs** frente a un 25% que lo prefiere hacer solo.
- La gran mayoría de lo BA apuestan por **una mejora de la fiscalidad de este tipo de inversiones (31,1%)**, como existe en otras zonas geográficas, así como **instrumentos de co-inversión público privada (26%)**.

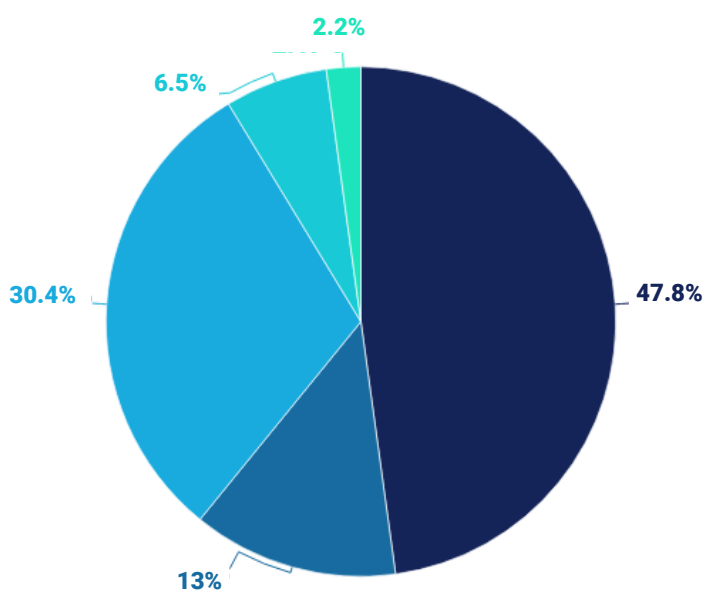
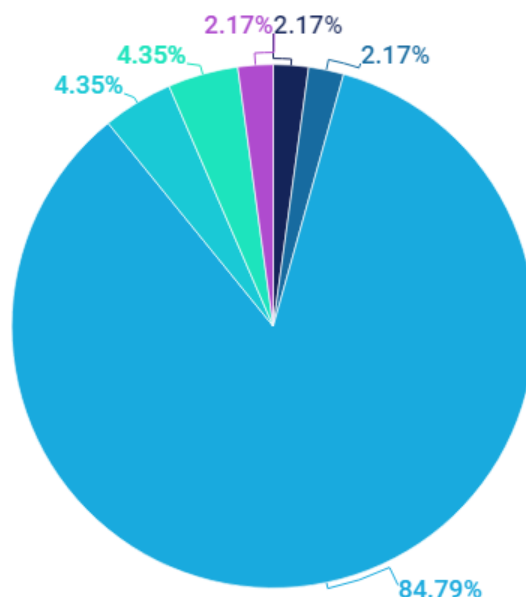
5. PERFIL DEL INVERSOR

5.1 Nacionalidad

El BA que invierte en Andalucía es principalmente de nacionalidad española. No obstante se mantiene durante este último año la incorporación de nuevos inversores de provenientes de países centroeuropeos alcanzando un 15% de los participantes.

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

Se puede concluir que aumenta el atractivo internacional de Andalucía como polo generador de startups.



5.2 Provincia de Residencia

Es muy interesante observar como el peso de los BAs que invierten en Andalucía pero que viven fuera de la región coincide con las ciudades donde se ubican los grandes polos de emprendimiento principalmente Madrid y Barcelona.

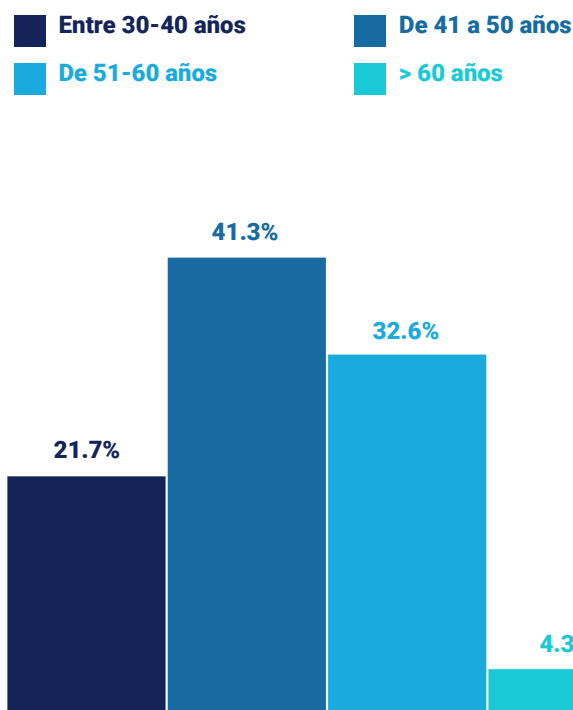
También es reseñable que cada vez es más variado el espectro del perfil, con incorporaciones geográficas significativas, como este año Estados Unidos. Hay que resaltar que un 9% de los BA residen en el extranjero.

5. PERFIL DEL INVERSOR

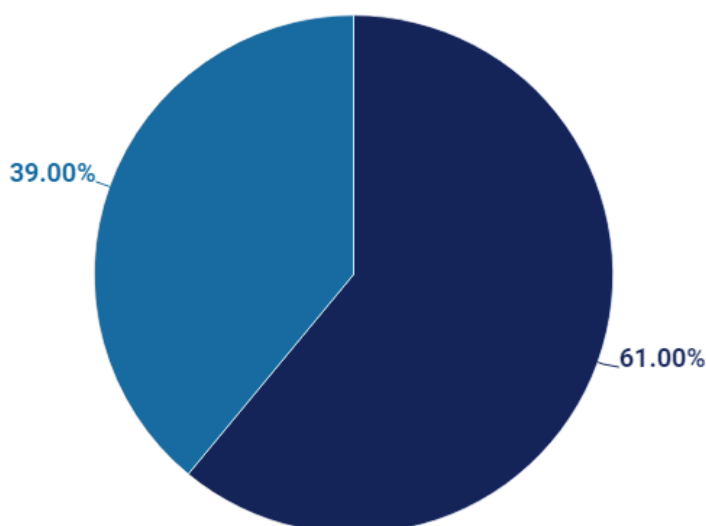
5.3 Edad

A la vista de estos resultados se aprecia que el intervalo de edad en el que mayoritariamente se encuentran los BA en Andalucía, mas del 40%, esta entre 40-50 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.

El siguiente en importancia sería los BA con edades comprendidas entre los 51 a 60 años. Finalmente, aunque anecdótico sería 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.



■ Hombres 61% ■ Mujeres 39%



5.4 Sexo del BA

En esta edición el % de BA mujeres con respecto al perfil del año 2019 ha aumentado notablemente. En dicha edición las mujeres BA suponían el 18% mientras que en esta 2ª edición alcanza el 39%. Este dato esta por encima de la media europea.

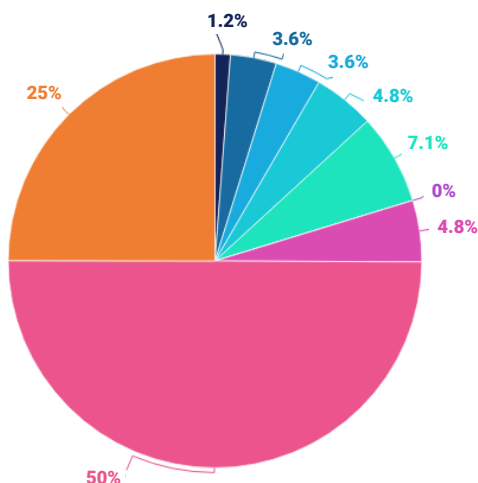
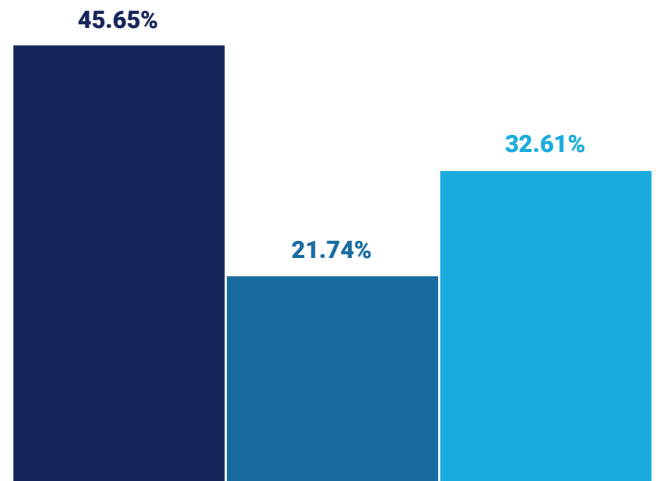
Este porcentaje está por encima del reseñado en otros sectores económicos como porcentaje de directivas, empresarias o consejeras. Los motivos para ello se pueden encontrar en que la actividad como Business Angel es compatible con otras actividades, no erosiona la conciliación familiar, así como la presencia en AABAN desde su inicio de mujeres en su junta directiva. Si incluimos a la gerente de la asociación, la junta directiva cuenta con un 43% de presencia femenina. En cuanto a los Embajadores de AABAN en provincias el 50% está representado por mujeres.

5. PERFIL DEL INVERSOR

5.5 Antigüedad como BA

En relación con la antigüedad de la actividad como BA de los participantes, la mayoría lleva entre 2 y 5 años como BA. Estos datos son similares a los de la encuesta del perfil del año anterior que era del 55%. Si que se detecta un pequeño incremento entre los inversores noveles con menos de un año de actividad, lo cual denota el interés por este sector y su potencial.

Cada vez se percibe como un área de interés inversor por empresas, family offices e inversores particulares, debido a los casos de éxito que empiezan a ser populares en medios, como en el último año, las noticias publicadas sobre las series A de Smart Protection (Cádiz) y MOX (Sevilla, Jaén), ambas participadas por socios de AABAN.



5.6 Cómo invierten los BA

La preferencia de inversión de los BA están muy claras. El 50% prefiere invertir con otros BAs frente a un 25% que lo prefiere hacer solo. 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.

En una escala de importancia menor aparecen los inversores corporativos (7,1%) y los fondos de capital riesgo (4,8%)

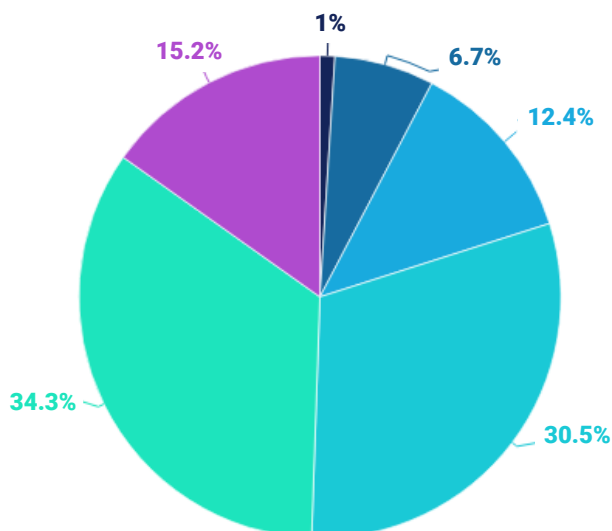
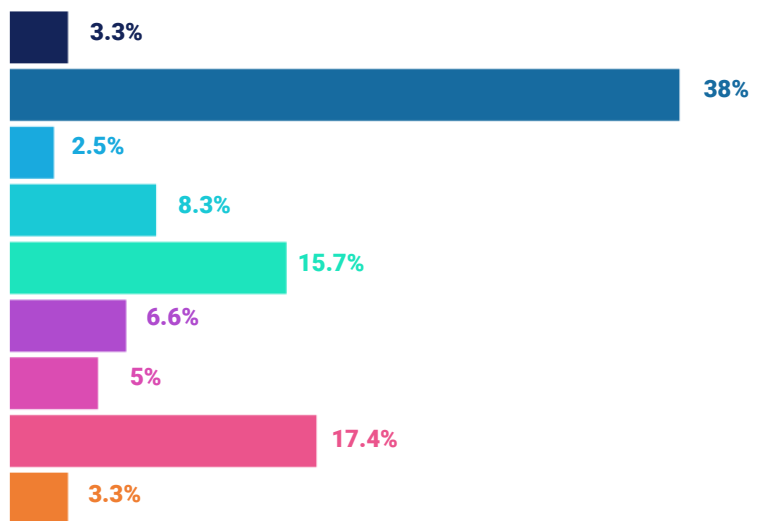
En relación a la comparativa con el año anterior sigue estando claro que los BA prefieren invertir mayoritariamente de forma colectiva (68% en 2019).

6. CARACTERÍSTICAS DE LAS INVERSIONES

6.1 Sectores preferentes para invertir

En esta grafica se ve claramente como los proyectos ligados al sector tecnológico son los que principalmente atraen el interés de los inversores Angel, debido a sus características de alta escalabilidad y recurrencia, que requiere este tipo de inversión riesgo.

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, pero comienza a aparecer interés por proyectos de impacto social (Social Impact Investment), que pueden pertenecer a cualquiera de los sectores evaluados.



6.2 Estado startups invertidas

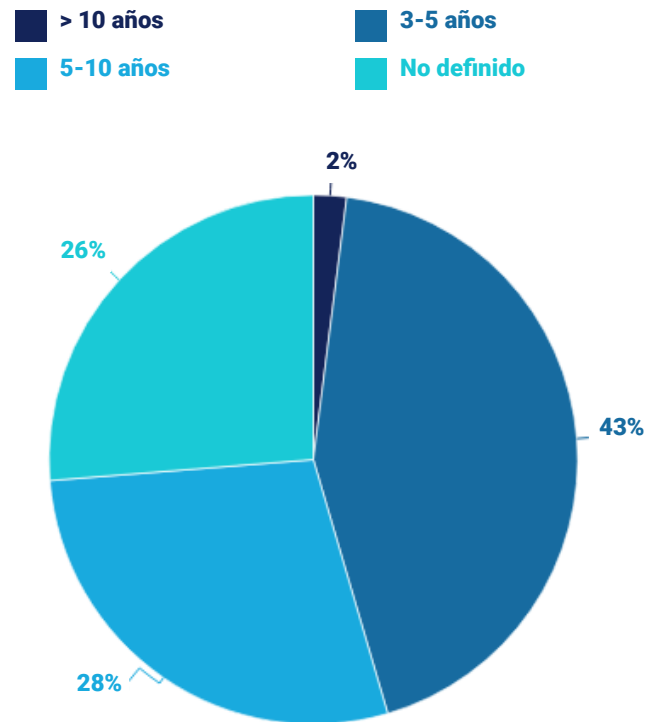
Le hemos preguntado a los BA cual era el estado actual de los proyectos invertidos y el 65% han manifestado que están o bien en fase temprana de creación del producto mínimo viable o bien con el proyecto en fase semilla. Únicamente un 12 % de los proyectos están en fase de crecimiento, lo cual coincide 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 de las inversiones de crecimiento y expansión sean consecuencia de procesos de follow on o seguimiento.

6. CARACTERÍSTICAS DE LAS INVERSIONES

6.3 Horizonte temporal de la inversión

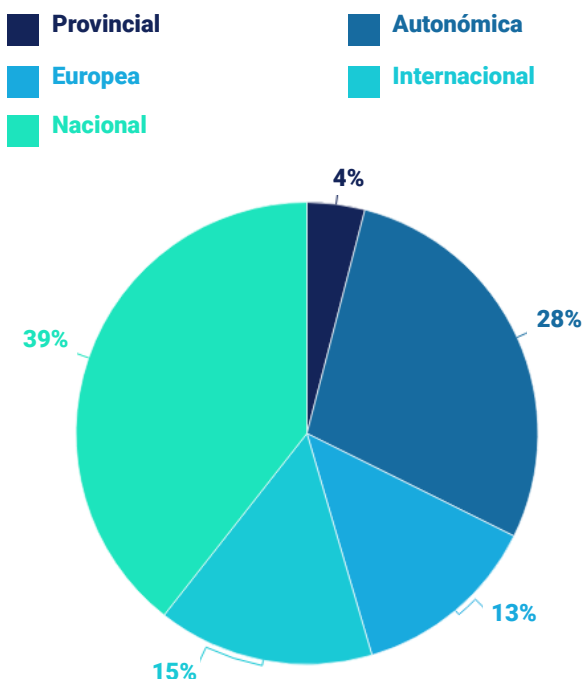
Únicamente un 2% de los BA declara que su horizonte de inversión es de más de 10 años. Un 44% prefieren proyectos donde desinvertir en un periodo de tiempo de entre 3-5 años, lo cual es el periodo habitual previsto para este tipo de inversión semilla.

Sin embargo llama la atención significativamente el porcentaje de indefiniciones del 26%, 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, como hemos visto anteriormente, causado por el peso del rango de experiencia que es menor donde es más común esa casuística.



6.4 Localización geográfica de los proyectos invertidos

El 39% de los BA que invierten en Andalucía invierte en proyectos nacionales principalmente si bien el 28% declara tener su foco prioritario en proyectos andaluces, proporción que es inferior a la de 2019. Esto es debido a que han aumentado BA procedentes de fuera de Andalucía que tenían actividad fuera de nuestra comunidad. Es de destacar que la estratégica inversora local es la que menos peso tiene (5%), frente a estrategias inversoras internacionales o europeas, lo cual confirma la tendencia común de inversores y startups de apostar por un mundo global con mercados globales, donde cada vez la localización geográfica es menos relevante.

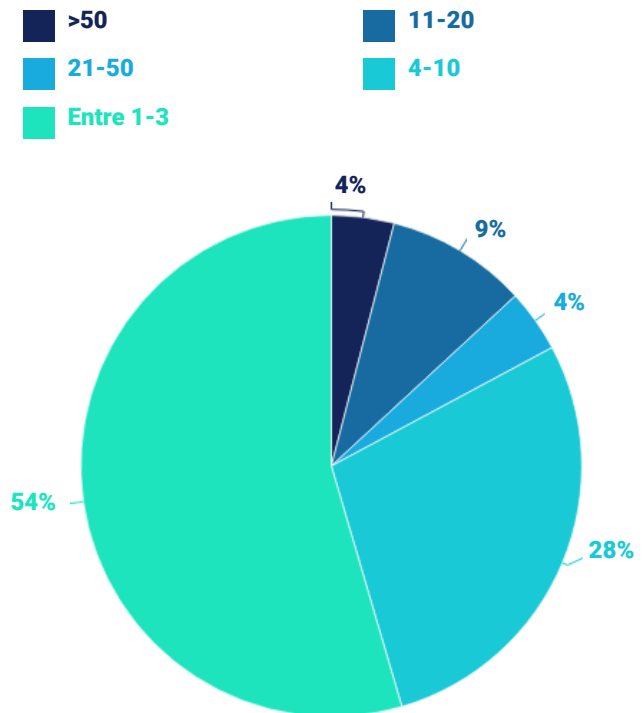


6. CARACTERÍSTICAS DE LAS INVERSIONES

6.5 N° de startups en cartera

La media de proyectos que un Business Angel tiene en cartera es de entre 1 y 3 (55%), siendo este un dato consecuencia de la juventud del sector en Andalucía. Si un porcentaje significativo tiene una experiencia de menos de 1 año, no ha tenido tiempo de construir una cartera amplia, lo cual es un ámbito en el cual trabajar, ya que al ser un sector de alto riesgo es importante diversificar. Un 37% declara tener una cartera de entre 4 y 20 startups invertidas, que es donde se encontraría la media del sector en su madurez y finalmente están los super Business Angels que mantienen carteras de más de 20 startups, un 8%.

En la comparativa con el año anterior se aprecia un descenso en el segmento de entre 1-3 proyectos bajando del 64% al 55%. Esto parece ser debido a la confianza que van alcanzando los BA en sus inversiones ya que el incremento se aprecia en los siguientes segmentos.



6.6 Resultado de las desinversiones realizadas

Hemos preguntado por los resultados de las desinversiones efectuadas por los inversores y, la mayoría de ellos un 60%, manifiesta no haber efectuado ninguna. Esto es lógico teniendo en cuenta la juventud del sector.

El 22% indica que las desinversiones efectuadas han sido con resultados positivos con múltiplos entre 1-3. La profesionalización del sector haría crecer este porcentaje sin duda.

Hay que destacar que únicamente el 9% declara haber realizado desinversiones negativas. En este sentido, se mantiene la tendencia mostrada en el perfil del BA de 2019.

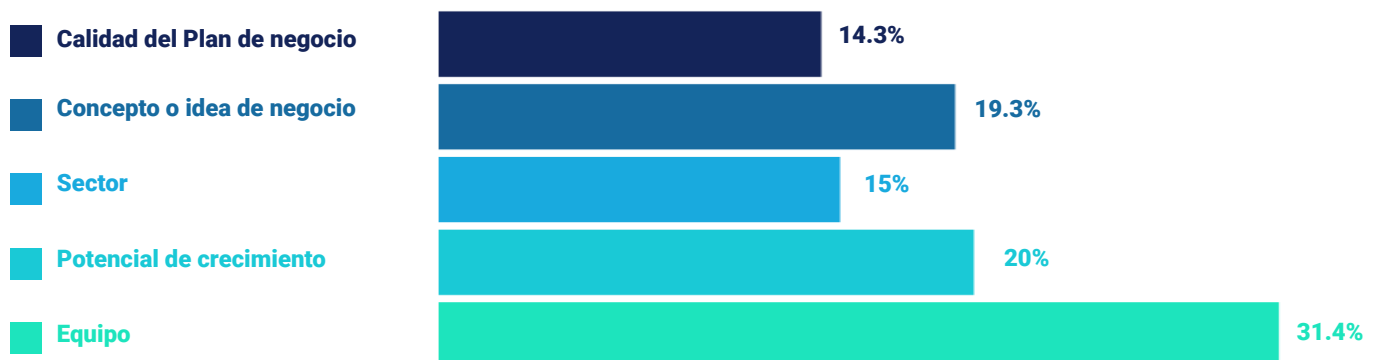
7. CRITERIOS DE INVERSIÓN

7.1 Factores decisivos para invertir

Como ya se ha puesto de manifiesto en el perfil del 2019 la importancia del equipo de personas que lideran y forman la startup es crítico para el Business Angel a la hora de invertir. Incluso ha aumentado su importancia para la decisión de si invertir o no en la misma. En 2020 un 31% piensa que es lo mas importante seguido del potencial de crecimiento de la compañía con un 20% y la idea de negocio con un 19,3%.

Criterios también relevantes son la calidad del plan de negocio (14,3%) y el sector (15%), 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)

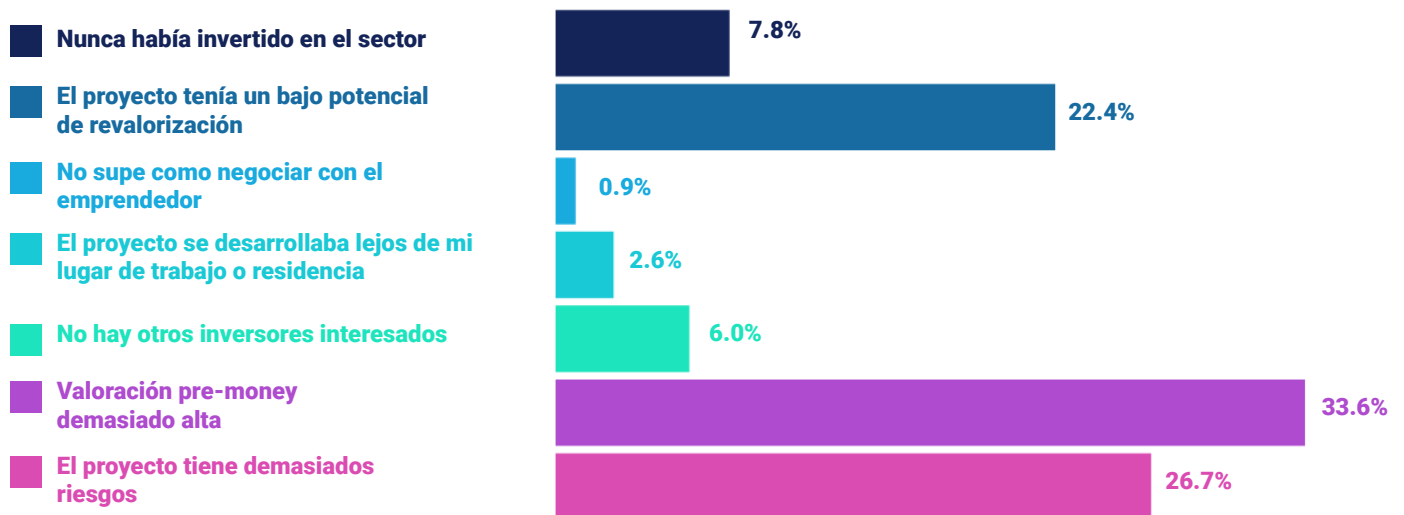
En la comparativa con el año anterior se incrementa la importancia del equipo pasando del 26% al 31% de las respuestas de los BA, lo cual no hace sino reforzar el peso de este criterio en la toma de decisión.



7. CRITERIOS DE INVERSIÓN

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 una valoración pre-money demasiado alta, seguida de la existencia de numerosos riesgos y un bajo potencial de revalorización. 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. CRITERIOS DE INVERSIÓN

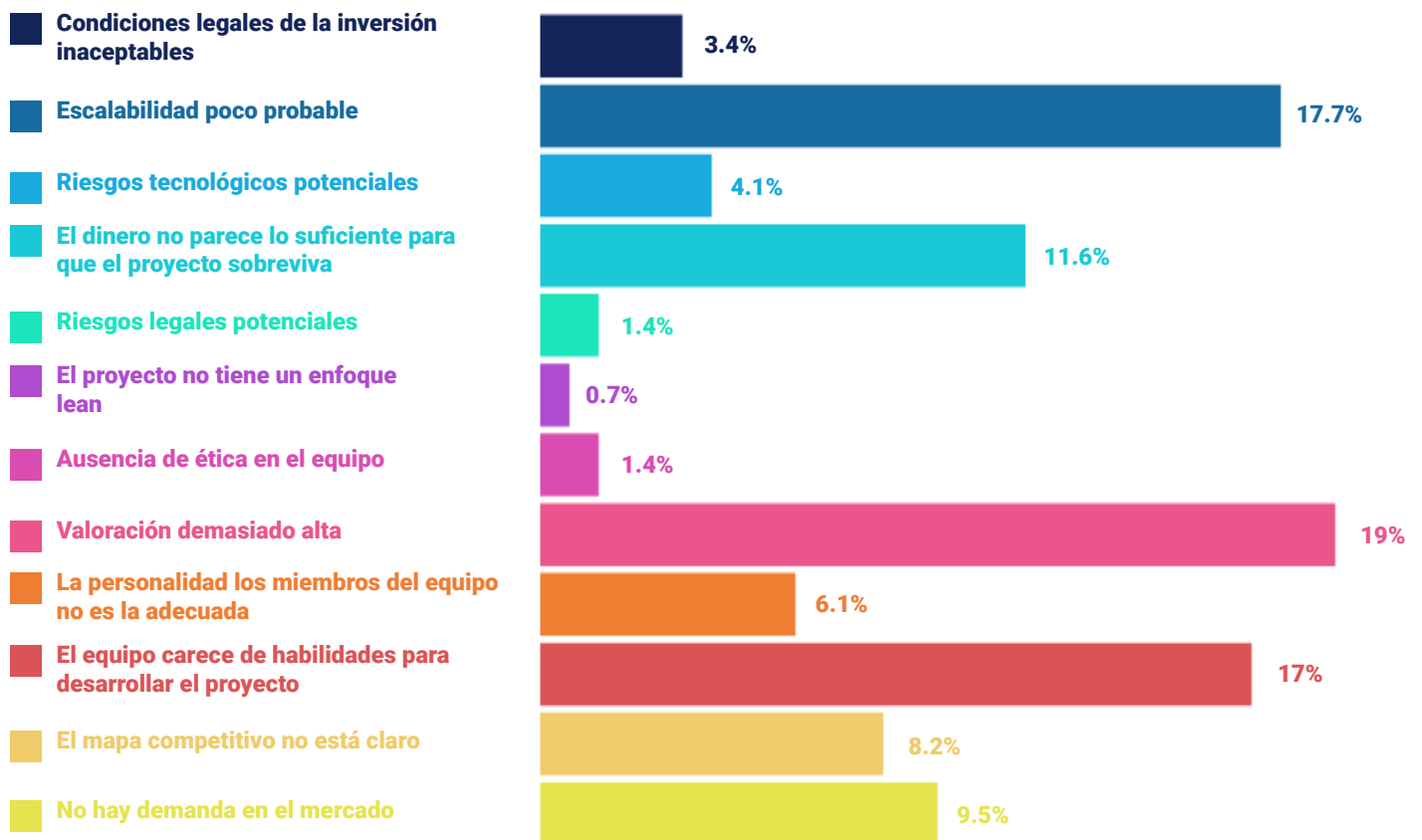
7.3 Principales problemas de los proyectos

Este año, y 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 las valoraciones demasiado altas o no ajustadas a la tracción del proyecto (19%), seguida de la falta de habilidad del equipo para desarrollar el proyecto (17%) y la complejidad de la escalabilidad (17,7%).

Es relevante la percepción del inversor en relación al cálculo de las necesidades financieras (11,6%), la posición competitiva y la demanda.

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



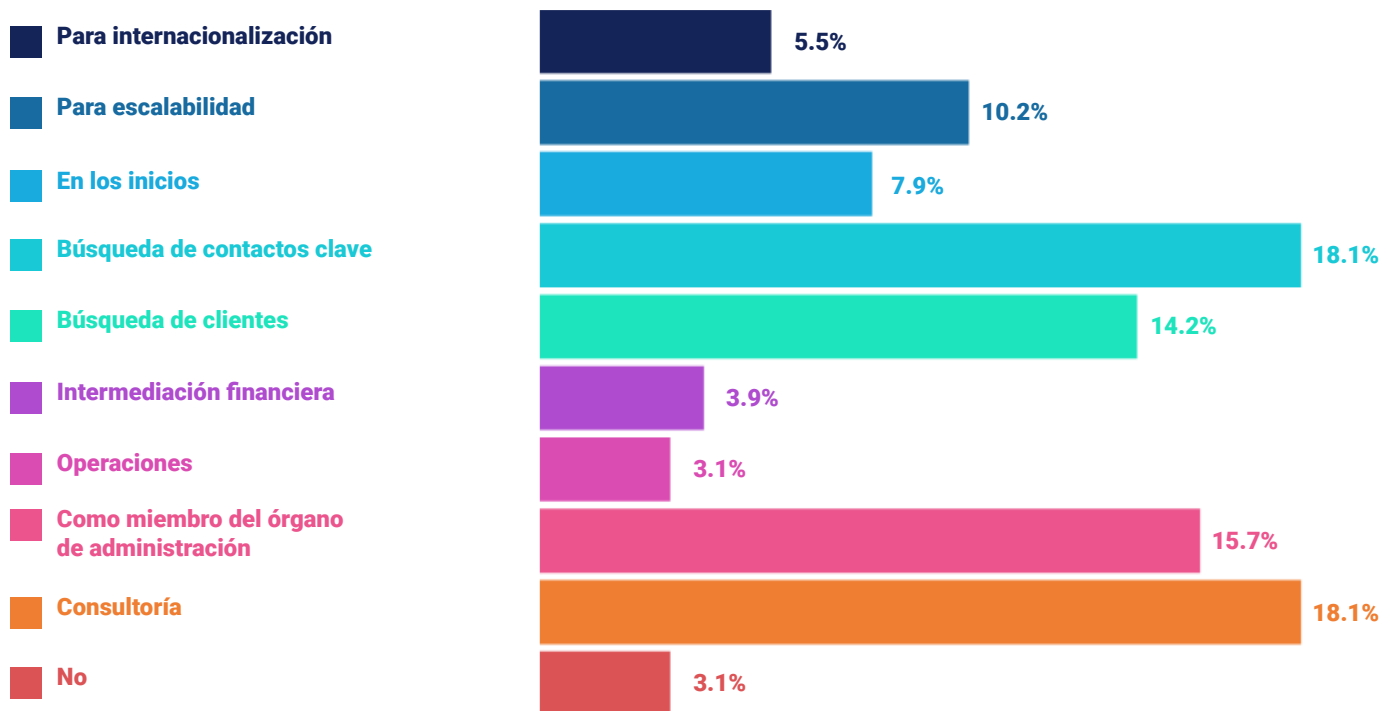
8. APORTACIONES DE LOS BUSINESS ANGELS

8.1 Tipo de involucración del BA en los proyectos

Contundentemente la actividad como Business Angel no suele limitarse a la aportación de capital: sólo el 3% de los encuestados sólo invierte. 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. APORTACIONES DE LOS BUSINESS ANGELS

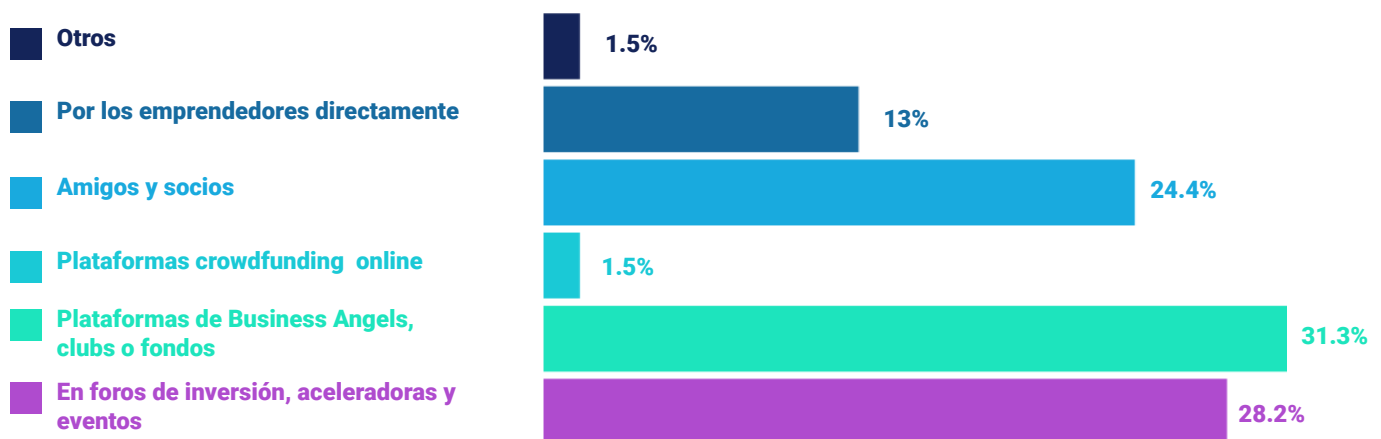
8.2 Canales de acceso a las oportunidades de inversión

La principal forma de conocimiento de los proyectos por parte de los Business Angels son las redes, clubs o fondos, siendo una tercera parte del total, básicamente.

Le siguen los foros de inversión y eventos vinculados a las aceleradoras, por lo que es reseñable este tipo de actividad y debe mantenerse (28,2%) y las propias redes personales y profesionales del inversor en forma de amigos y socios.

Los Business Angels más profesionalizados atraen directamente a los emprendedores porque cuentan con la reputación y herramientas para ello (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. APORTACIONES DE LOS BUSINESS ANGELS

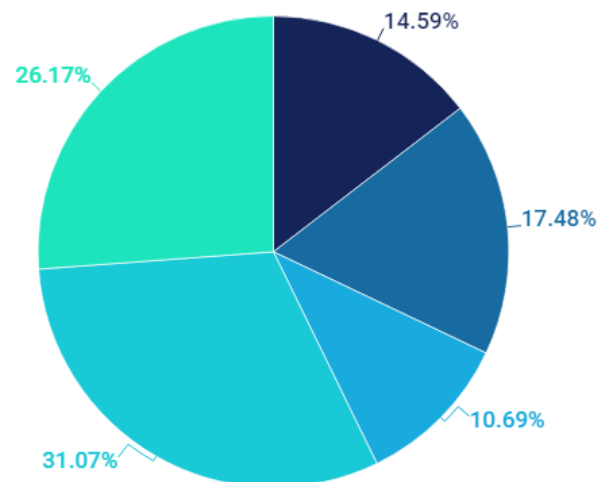
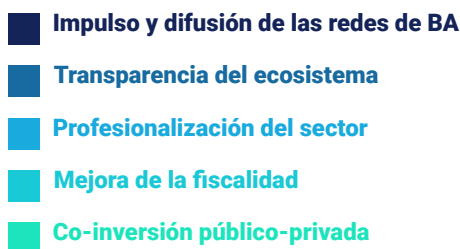
8.3 Iniciativas para potenciar el sector de BA

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 encuestados apuestan por una mejora de la fiscalidad de este tipo de inversiones (31,1%), como existe en otras zonas geográficas, así como instrumentos de co-inversión público privada (26%) que dinamizarían y harían más atractivo el sector de la inversión Angel.

Sin embargo también hay otras acciones que son consideradas de impacto relevante por los inversores, como el incremento de la transparencia en el ecosistema, el impulso y difusión de las redes de BAs y la profesionalización del sector.

En relación al año anterior la mejora de la fiscalidad (43% en 2019) y los instrumentos de coinversión público-privada (14% en 2019) siguen siendo uno de las reivindicaciones principales del colectivo inversor.



AGRADECIMIENTOS

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

A los Business Angel que han participado en la elaboración de la encuesta y al equipo técnico que ha realizado el informe, así como a los BA que han participado.



Ayuntamiento
de Málaga