

Pocos cambios en el perfil del 'business angel' español

El perfil tipo del *business angel* español sigue siendo el de un hombre joven que coinvierte sobre todo en proyectos digitales, pero Juan Roure y Amparo de San José aportan nuevos matices en la segunda edición del *Informe business angels AEBAN 2017*.



27 de marzo de 2017

El perfil del *business angel* español se mantiene en líneas generales similar al año anterior,

aunque se ha rejuvenecido ligeramente y ha ampliado tanto su capacidad de inversión como su ámbito de actuación.

Así, el 43% tienen entre 35 y 44 años, un 4% más que en 2015, y se ha ampliado tanto el porcentaje de inversores con mayor capacidad de inversión como el de los que invierten en el extranjero. Además, nueve de cada diez todavía son hombres.

Estos son algunos de los datos del [Informe business angels AEBAN 2017](#), realizado por el profesor del IESE [Juan Roure](#) y **Amparo de San José** en colaboración con la Asociación Española de Redes de Business Angels.

Un perfil bastante definido

La segunda edición de este informe anual examina los patrones demográficos del inversor ángel, cómo se ha iniciado en este tipo de inversión, en qué proyectos invierte y con qué valoraciones, así como otros aspectos clave.

Amigos y socios, los principales inductores. La mayoría de los inversores se inician en la actividad principalmente a través de alguna oportunidad de inversión propuesta por amigos o socios, o mediante una red de *business angels*.

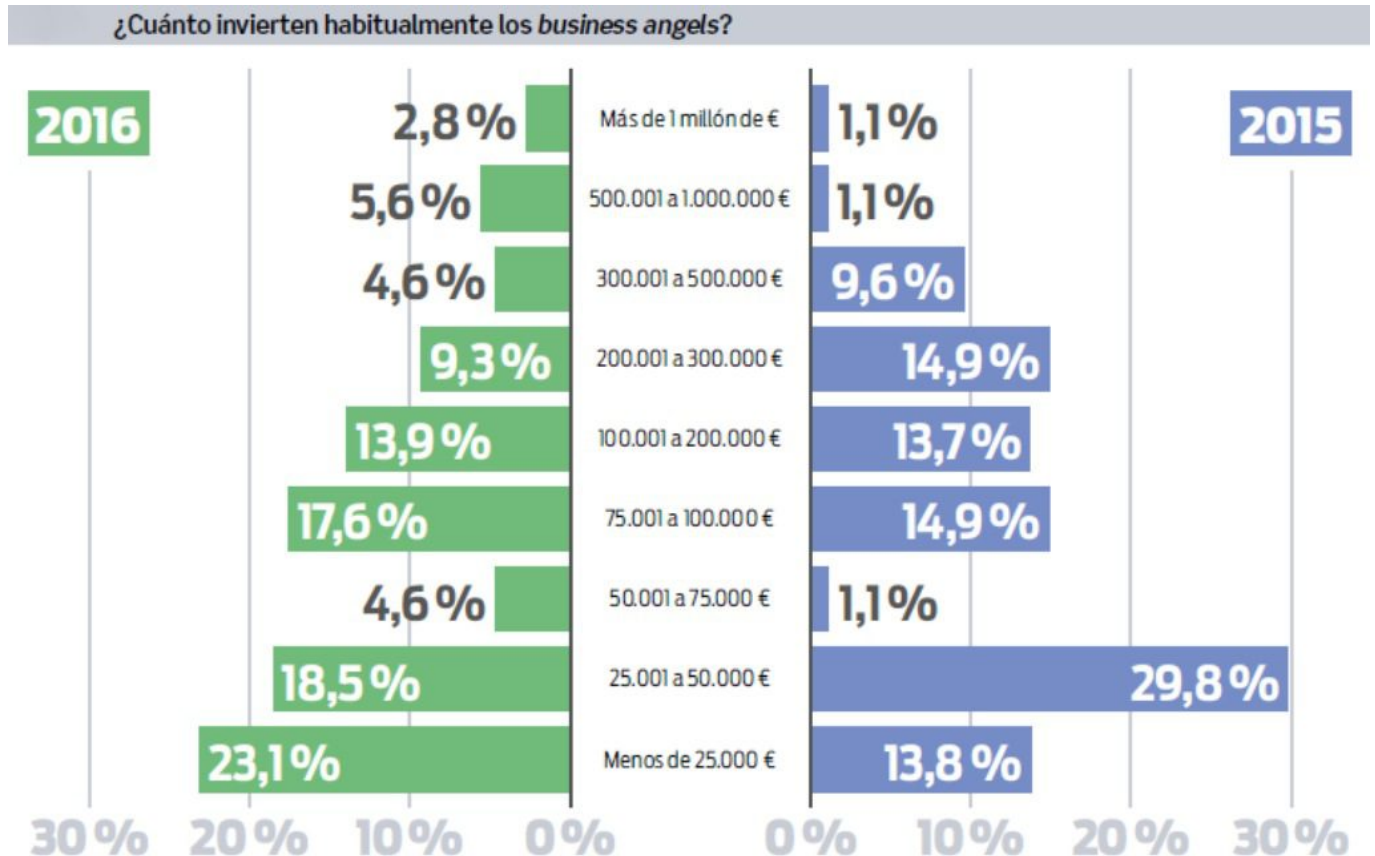
Trayectoria de inversión corta. Hay una elevada proporción de nuevos inversores y el 64% han empezado a invertir en los últimos cinco años. Tan solo un 19% tiene más de diez años de experiencia.



Cartera subóptima. La limitada trayectoria de la mayoría de los *business angels* probablemente influye en que un 45% tenga entre manos de uno a cinco proyectos y solo el

30% supere los diez.

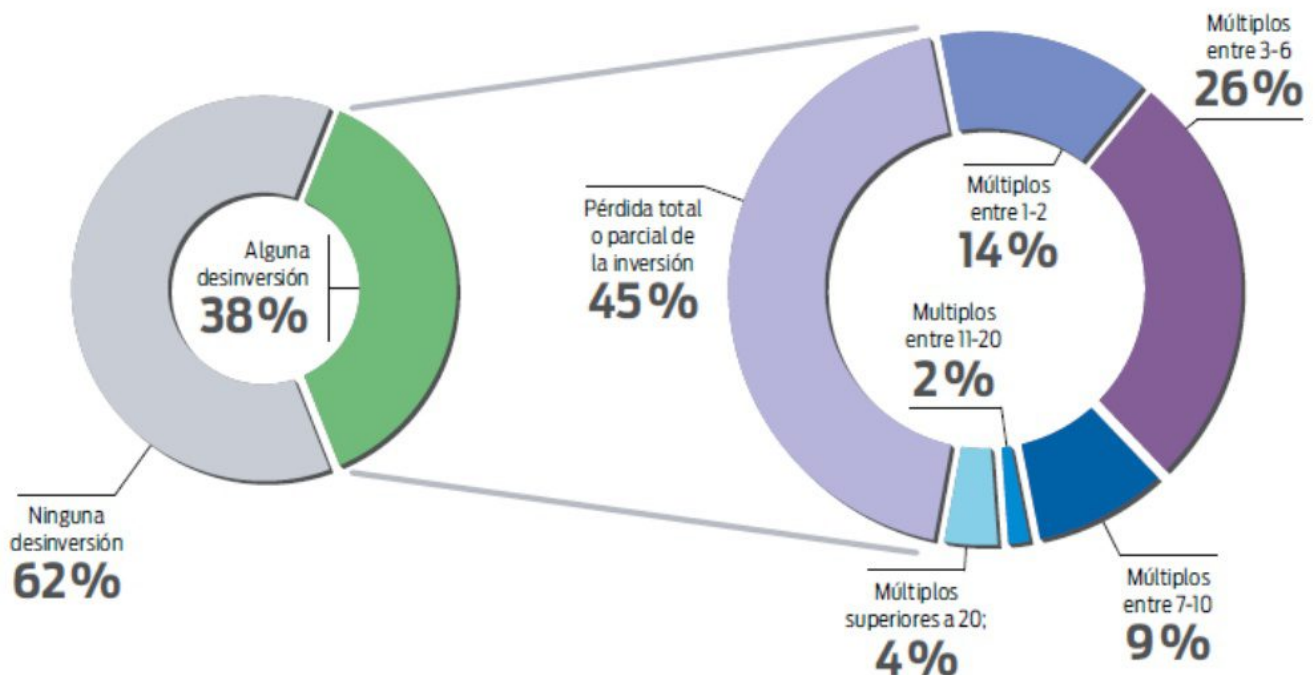
Buena capacidad de inversión. Un 36% declara disponer de más de 100.000 euros al año para invertir, una cantidad suficiente para lograr una cartera de inversiones diversificada.



Predominio de inversiones en *startups* digitales. Más de la mitad de los encuestados invierten en TIC y software. También son muy populares el comercio y la distribución (incluido el comercio electrónico), el área de salud y los medios de comunicación y contenidos digitales.

En compañía de socios. Lo más habitual es afrontar los proyectos en compañía de otros *business angels* (86%); un 62% se ha beneficiado de programas públicos de coinversión; un 44% ha participado en alguna inversión con fondos de capital riesgo, y un 21% ha optado por invertir a través de plataformas de *crowdfunding*. Solo el 6% invierte en solitario.

Expectativas ambiciosas. La mayoría de los *business angels* (86%) esperan multiplicar por tres como mínimo su inversión, aunque en el último año solo el 41% de las desinversiones lograron esa rentabilidad.



Sin deducciones fiscales. Aunque los distintos instrumentos de financiación para emprendedores están muy extendidos, el uso de la deducción fiscal para la inversión es muy limitado y solo el 27% la han utilizado.

Nuevos aspectos a examen

Esta segunda edición del informe también analiza aspectos relevantes que no se abordaban el año anterior:

Valoraciones de startups. La media de valoración de las *startups* en fase semilla se sitúa en 800.000 euros, importe que se duplica cuando alcanza el mercado, valida su producto y obtiene métricas crecientes mes a mes.

Estímulos a la inversión. El principal factor que llevaría a los *business angels* a invertir más de lo previsto sería la "aparición de una oportunidad de inversión extraordinaria" (55%), seguido de la "materialización de una desinversión que les aportara liquidez" (42%).

Razones para no invertir. Están sobre todo relacionadas con la opinión de los inversores sobre la capacidad del equipo emprendedor para gestionar la empresa (45%) y la falta de confianza personal en ellos (25%).

Desafíos pendientes

El informe también llama la atención sobre una serie de cuestiones que permitirían mejorar la actividad de los *business angels*. Algunos de los retos pasan por:

1. Instalar la visión de que es esencial desarrollar una cartera diversificada, lo cual sigue siendo un reto con la entrada continua de nuevos inversores en el mercado.
2. Aumentar presencia de grandes empresas, ya sea como posibles opciones de desinversión para los *business angels*, como para desarrollar su papel de empresas tractoras de la innovación.
3. Fomentar una mayor transparencia y conocimiento divulgando información sobre el valor aportado por los distintos agentes del mercado o el alcance y dimensión de la actividad ángel.
4. Incentivar una mayor presencia y actividad de las mujeres como inversoras.

Sobre la investigación

El estudio es el resultado de las respuestas de un cuestionario enviado a todas las redes y asociados de AEBAN y más de 400 inversores en activo. Se recibieron un total de 172 cuestionarios válidos, de los cuales el 14% provienen de las redes de AEBAN, un 16% de otros agentes del ecosistema y el 70% restante de la campaña de envíos directos a personas identificadas como inversores en activo.

www.iese.edu/es/insight