

ESTADO EMPRESARIAL LATINO



RESUMEN EJECUTIVO

Este informe presenta los resultados de la encuesta 2018 de propietarios de negocios latinos en los EE. UU. de parte de la Iniciativa Empresarial Latina/o de Stanford (SLEI). El informe describe las características de las empresas de latinos en los EE. UU., delinea características comerciales que se relacionan con el éxito de las empresas latinas y destaca la información sobre las actitudes de los empresarios latinos hacia el capital y el acceso al mismo.

Informes anteriores de SLEI han detallado las tendencias de crecimiento en el número total de empresas de latinos en los EE. UU., estimadas en alrededor de 5 millones. La Oficina del Censo de EE. UU. informa que aunque el número total de negocios en los EE. UU. disminuyó de 2007 a 2012, el número de negocios de latinos aumentó por un 46 por ciento.

Actualmente, la mayoría de las empresas de latinos comienzan siendo pequeñas y se mantienen pequeñas, con solo el 3 por ciento que generan al menos \$1 millón en ingresos brutos anuales. En este informe, compartimos información sobre un marco de crecimiento que destaca las características y estrategias que prevalecen entre las empresas de latinos que han escalado con éxito. Los corolarios del éxito descritos en el marco de crecimiento pueden ser de interés para otras empresas latinas que buscan crecer. También examinamos las perspectivas de los empresarios sobre las barreras de crecimiento y sus actitudes relacionadas al acceso a capital externo. A continuación, destacamos las cuestiones y conclusiones claves del reporte.

Varias estrategias y características comerciales están relacionadas a la escala de negocios.

Los negocios de latinos que generan más de \$1 millón en ingresos brutos anuales (es decir, firmas escaladas) tienen más probabilidades que las firmas no escaladas de poseer una certificación comercial de empresas de minorías y mujeres (M / WBE), estar conectadas con organizaciones empresariales locales como cámaras de comercio, haber registrado formalmente su empresa, operar una empresa en el sector de la tecnología y exportar sus productos.

Certificación Empresarial

Existen programas de certificación M / WBE para aliviar las desventajas sociales y económicas. Entre todas las empresas latina encuestadas, el 21 por ciento tiene algún tipo de certificación comercial. Es más probable que las empresas de propiedad de latinos escalados están certificadas (58 por ciento), lo que les da acceso a contratos no disponibles para empresas no certificadas.

Redes Formales

La membresía en organizaciones comerciales como cámaras de comercio o asociaciones comerciales puede desarrollar el capital social de un empresario y puede estar relacionado con los rendimientos económicos en virtud de referencias, acceso a información u otras oportunidades comerciales. Es más probable que las empresas escaladas estén más conectadas (77 por ciento) que el promedio de las empresas latinas (35 por ciento).

Registración De Negocio

Registrar formalmente un negocio con agencias locales, estatales y / o federales puede proporcionar protección de responsabilidad personal, beneficios legales y posibles beneficios fiscales. En este estudio, es más probable que se registren negocios escalados que negocios no escalados (89 por ciento en comparación con 67 por ciento).

Sector Tecnológico

En promedio, el 8 por ciento de las empresas de latinos operan en el sector de la tecnología. Es más probable que las empresas escaladas pertenezcan al sector tecnológico (24 por ciento) que las empresas no escaladas (7 por ciento). Aunque estar en el sector de la tecnología se relaciona con ingresos superiores a \$1 millón, las compañías latinas de tecnología aún informan que la falta de acceso al capital es un factor importante que afecta su rentabilidad.

Exportación de Bienes y Servicios

Según el Departamento de Comercio, las empresas estadounidenses que exportan no solo crecen más rápido, sino que también tienen casi un 8.5 por ciento menos probabilidad de ir a la quiebra que empresas no exportadoras.¹ Encontramos que el 14 por ciento de todas las empresas latinas exportan productos y servicios, mientras que el 30 por ciento de las empresas latinas escaladas lo hicieron. Es más probable que las empresas latinas de exportación sean empresas rentables, con dueños inmigrantes, escaladas y de tecnología. Los dos principales mercados de exportación incluyen México (18 por ciento) y Canadá (13 por ciento).

La mayoría de las empresas de latinos no solicitaron financiamiento en los 12 meses anteriores; entre los que lo hicieron, tres cuartos obtuvieron al menos una porción del financiamiento solicitado.

En el período de 12 meses antes de realizar la encuesta, el 60 por ciento de los empresarios latinos no solicitaron ningún financiamiento. Entre los que solicitaron financiamiento, el 30 por ciento solicitó menos de \$100,000. Las empresas escaladas tuvieron todo su financiamiento aprobado a casi el doble de la tasa de las empresas no escaladas (51 por ciento en comparación con el 29 por ciento). Las empresas que están bastante conectadas con organizaciones formales (por ejemplo, cámaras de comercio, asociaciones comerciales, etc.) también tuvieron más probabilidades de obtener toda la financiación que solicitaron (37 por ciento en comparación con 27 por ciento). Para las empresas que no solicitaron financiamiento, sus razones incluyeron: financiamiento no necesario (30 por ciento); no quería acumular deuda (20 por ciento); y no creía que la solicitud fuera aprobada (15 por ciento).

Investigaciones anteriores realizadas por SLEI, el Banco de la Reserva Federal de Nueva York e Interise señalaron que aunque los dueños de negocios latinos solicitan financiamiento a tasas comparables a los dueños de negocios blancos, es más probable que los empresarios latinos tengan un déficit de fondos. El 28 por ciento de los dueños de negocios latinos recibió financiamiento completo en comparación con el 49 por ciento de los dueños de negocios blancos.² En otras palabras, a los dueños de negocios latinos se les niega fondos de capital más a menudo que a los dueños de negocios blancos.

Los puntajes de crédito personal se utilizan con mayor frecuencia que los puntajes de crédito de negocios cuando se busca capital.

Al igual que los puntajes de crédito personales brindan información a los prestamistas cuando una persona solicita una hipoteca u otro préstamo personal, los puntajes comerciales indican el riesgo crediticio de una empresa. Sin embargo, el 72 por ciento de los propietarios de empresas pequeñas no conocen su puntaje de crédito comercial y el 60 por ciento no sabe cómo encontrarlo.³ Esto lleva a bajas tasas de uso, aunque los propietarios que entienden su puntaje de crédito comercial tienen un 41 por ciento más probabilidad de ser aprobados para un préstamo.⁴

Nuestro estudio indica que solo un tercio de las empresas de empresas latinas con empleados usan una puntuación empresarial para acceder capital. Esto significa que muchas empresas con antecedentes comprobados continúan confiando en las puntuaciones de crédito personales del propietario cuando buscan financiamiento para el negocio. Por lo tanto, es más probable que los dueños de negocios latinos con buen crédito personal tengan mayores ingresos brutos de negocios y también usen una variedad más amplia de fondos.

La mayoría de los empresarios latinos con negocios escalados se criaron en hogares de ingresos bajos y medios bajos.

Como medida clave en el marco de crecimiento, las empresas escaladas, o aquellas que generan más de \$1 millón en ingresos brutos anuales, sirven como una referencia del éxito empresarial. En relación con esto, el éxito empresarial puede estar relacionado con el éxito personal (es decir, la riqueza del hogar), ya que la movilidad social en el espíritu empresarial es un tema importante de estudio. En nuestra encuesta, encontramos que una pluralidad de dueños de negocios escalados latinos informan que fueron criados en hogares de ingresos bajos a medios bajos, lo que sugiere que los antecedentes de la infancia no tienen por qué ser insuperables barreras para construir un negocio exitoso.



Para obtener información completa de la encuesta a los dueños de negocios latinos de los Estados Unidos SLEI 2018, escanee el código para descargar el informe o visite www.gsb.stanford.edu/slei

¹ Departamento de Comercio. "Exportar es bueno para su línea de fondo." Administración de Comercio Internacional. Department of Commerce.

<https://www.trade.gov/cs/factsheet.asp>

² Kramer, C., Battisto, J., Lieberman, S., Orozco, M., Perez, I., Lee, Nancy. (2018). Empresas con dueños Latinos: Iluminando una luz sobre las tendencias nacionales. Banco de la Reserva Federal de Nueva York, Iniciativa Empresarial Latina/o de Stanford, e Interise.

<https://www.gsb.stanford.edu/faculty-research/publications/latino-owned-businesses-shining-light-national-trends>

³ Rotter, K. (2018). "Los fundamentos de las puntuaciones de crédito empresarial." Noticias de los EE.UU. y el Informe Mundial.

<https://creditcards.usnews.com/articles/the-basics-of-business-credit-scores>

⁴ Ibidem (3).