



Informe de Investigación 2017

ESTADO EMPRESARIAL LATINO RESUMEN EJECUTIVO

Con esta investigación, la Iniciativa Empresarial Latina/o de Stanford (SLEI) refleja resultados clave de su tercera encuesta anual de propietarios de negocios latinos en los Estados Unidos. Investigamos cuestiones específicamente relacionadas con empresarios y propietarios de negocios latinos en los Estados Unidos, y ampliamos los estudios existentes, incluyendo reportes sobre el estado del emprendimiento latino del 2015 y 2016. Exploramos el perfil del empresario latino y examinamos las oportunidades y barreras en la financiación que empresarios latinos enfrentan a medida que lanzan y crecen sus empresas.

Las empresas de latinos constituyen un porcentaje significativo—que sigue creciendo—de las empresas de los Estados Unidos. La tasa de crecimiento de las empresas latinas en los Estados Unidos, tanto las empresas con o sin empleados, han superado la tasa de crecimiento de todos los demás grupos. Este crecimiento se produce a pesar de que las empresas latinas tienen la tasa más baja de préstamos por parte de instituciones financieras entre todos los otros grupos de empresas con empleados.

Aunque el aumento de la población latina en los Estados Unidos influye en la cantidad de empresas latinas que se crean, como segmento demográfico, los latinos tienen la tasa más alta de nuevos empresarios. Es decir, si consideramos los resultados empresariales, como la tasa de nuevos empresarios (el porcentaje de adultos que se convierten en empresarios), la oportunidad de nuevos empresarios (el porcentaje de nuevos empresarios impulsados por la oportunidad en lugar de la necesidad), y densidad de inicio (el número de nuevas empresas con empleados basada en la población total de negocios), los latinos constituyen un segmento sustancial de la economía de los Estados Unidos.

En 2015, de acuerdo a el Latino Donor Collaborative, el Producto Interno Bruto (PIB) producido por todos los latinos en los Estados Unidos fue de \$2,13 billones USD. En 2012, esperamos agregar \$1,38 trillones USD adicionales al PIB de Estados Unidos si se cierra la brecha de oportunidades que enfrentan las empresas latinas en relación con sus contrapartes no latinas. Por brecha de oportunidad, nos referimos a la diferencia entre el promedio de ingresos anuales de empresas latinas y no latinas. Basado en los

datos del censo suplementario, dado que el número de empresas latinas ha seguido aumentando desde el 2012, podemos esperar que la brecha de oportunidades también haya crecido. En dólares de hoy, eso es alrededor de \$70 billones USD más, o \$1,47 trillones USD. Los siguientes puntos resaltan las cuestiones principales y resultados relacionados con la brecha de oportunidad.

Los bancos nacionales otorgan menos préstamos para empresas latinas en comparación con otros fondos externos y otros grupos demográficos.

Los bancos nacionales proporcionan menos fondos para préstamos a empresarios latinos encuestados en comparación con otros fondos externos, como capital de riesgo, inversión ángel y capital privado, en relación con otros grupos demográficos. De hecho, la baja tasa de financiamiento de los bancos nacionales es solo superada por la de la SBA, que es la fuente de financiamiento más baja para las empresas latinas.

A pesar del considerable número de empresas latinas en los Estados Unidos, las empresas latinas con empleados tienen la tasa más baja de préstamos comerciales de instituciones financieras entre todas las demás empresas con empleados. De acuerdo al Annual Survey of Entrepreneurs (ASE), entre las empresas con empleados, solo el 12 por ciento acceden préstamos bancarios, en comparación con el 19 por ciento para blancos, el 15 por ciento para asiáticos y el 14 por ciento para las empresas de afroamericanos. Los préstamos bancarios nacionales se utilizan con menos frecuencia que otros fondos, excepto los préstamos de la Small Business Administration (SBA). Actualmente, las empresas latinas tienen el menor número de préstamos respaldados por el gobierno, aunque nueve veces ese número dicen que les gustaría tenerlos.

Las empresas latinas están aumentando en número a un ritmo rápido; sin embargo, las empresarias latinas enfrentan un techo de financiación.

Las latinas desempeñan un papel destacado en las tendencias de crecimiento de los negocios de los latinos, habiendo aumentado en un 87 por ciento entre 2007 y 2012. Las empresas de latinas representan casi la mitad de todas las empresas de todos los latinos. Por el contrario, las empresas de mujeres que no son minorías representan una proporción más baja que todas las empresas no minoritarias (poco más de un tercio de las empresas que no pertenecen a minorías). Sin embargo, el acceso al capital, un importante facilitador del crecimiento empresarial, presenta un desafío para las empresarias latinas, muchas de las cuales se perciben a sí mismas como “menos calificadas” para recibir financiamiento de las instituciones financieras en comparación con los hombres, incluso cuando mantienen un tamaño de empresa constante.

Los empresarios inmigrantes latinos exitosos son más propensos a ser milenarios que llegaron como niños a los Estados Unidos.

Los inmigrantes milenarios (de 18 a 34 años) que llegaron a los Estados Unidos cuando eran niños sobrerrepresentan entre los propietarios de negocios que ganan \$1 millón USD o más anualmente. Específicamente, el 86 por ciento de las empresas de inmigrantes escaladas (\$1M+ USD)

son propiedad de milenarios que inmigraron cuando eran niños. Al pasar sus años escolares formativos en los Estados Unidos y con mayor acceso a la educación superior, desarrollan las habilidades del idioma inglés más rápidamente que los inmigrantes mayores y tienen la oportunidad de adquirir diversas formas de capital (es decir, social, cultural y financiera). Al mismo tiempo, están motivados por el “optimismo inmigrante” y, a través de la aculturación psicológica, este grupo se destaca como empresarios exitosos.

Las empresas de latinos tienen alcance internacional.

De acuerdo al ASE, entre todas las empresas con empleados, las empresas latinas tienen la tasa más alta de clientes comerciales y clientes fuera de los Estados Unidos (4.5 por ciento contra 4 por ciento para asiáticos, 2 por ciento para blancos 2 por ciento para las empresas de afroamericanos). Entre todas las empresas latinas encuestadas, el 9 por ciento tiene clientes internacionales y el 28 por ciento tiene clientes en todo Estados Unidos.



Para obtener más información acerca de la encuesta de la Iniciativa Empresarial Latina/o de Stanford (SLEI) a los dueños de negocios latinos en Estados Unidos, por favor descargue el reporte (disponible solamente en inglés) completo 2017 de la Iniciativa Empresarial Latina/o de Stanford (SLEI) aquí.



LA INICIATIVA EMPRESARIAL LATINA/O DE STANFORD

La [Iniciativa Empresarial Latina/o de Stanford \(SLEI\)](#) es una colaboración de investigación y educación entre Stanford University y la Red de Acción de Empresas Latinas (LBAN), una organización sin fines de lucro 501 (c) (3) ubicada en Palo Alto, CA. SLEI es parte de la Stanford Graduate School of Business, 655 Knight Way, Stanford CA 94306. www.gsb.stanford.edu

STANFORD GRADUATE SCHOOL OF BUSINESS | Latino Entrepreneurship Initiative