

Carta de Sharon Miller



Nos complace compartir la publicación de otoño 2016 Bank of America Small Business Owner Report, un estudio semestral que revela las aspiraciones, las perspectivas y los puntos débiles de los propietarios de pequeñas empresas en el país..

Este otoño, el optimismo por parte de los propietarios de pequeños negocios que la economía global, local y nacional va a mejorar, se mantiene algo bajo al igual que como se vio en la versión de primavera de 2016. Muchos propietarios de pequeñas empresas se han mantenido altamente optimistas en cuanto al crecimiento de ingresos para el próximo año, con pocos planes de reclutamiento y contratación. El seguro de salud permanece como la primera preocupación de los propietarios, seguido por la eficiencia del gobierno de los EE.UU y los gastos del

consumidor.

Una excepción a la perspectiva negativa de este año es la visión de los propietarios más nuevos al mundo del negocio – aquellos que llevan menos de 5 años con su empresa, que conservan un nivel más alto de optimismo en cuanto al crecimiento y la economía.

Para este reporte observamos también, en mucho detalle, al papel de la familia, los amigos y las comunidades en cuanto al apoyo que les otorgan a los propietarios de pequeñas empresas. La gran mayoría de emprendedores dependen de sus familias para el apoyo financiero, emocional y operacional, y más del 66% han recibido ayuda financiera por parte de la familia o los amigos para gestionar sus negocios. Casi dos de cada tres reportan que residentes del vecindario aportan a negocios locales, mientras que cerca del 50% dice que la comunidad local proporciona una ayuda importante en el éxito de sus propias empresas.

Ya sea en búsqueda de inversión para su negocio o formas de incrementar ingresos, los propietarios de las pequeñas empresas buscan varias fuentes de apoyo. Al comenzar, la gran mayoría de emprendedores dicen que tendrían a usar sus ahorros personales, seguido así del crédito propio, préstamos bancarios y apoyo familiar. Una vez establecidos, se apoyan mucho en tarjetas personales y préstamos bancarios.

A pesar de la preocupación en cuanto al gasto del consumidor, la época de fiestas siempre presenta una gran oportunidad para mejorar ingresos y crecer. Cada dos de tres de los propietarios anticipan alcanzar sus metas de ingresos para el final del año y más de la mitad de la empresas de retail esperan exceder sus metas.

Entrando a la época de fiestas, no todos los propietarios de pequeñas empresas han implementado la tecnología del chip EMV que agrega un nivel extra de seguridad y protección al consumidor en pagos. Solo un tercio de estos dicen que no lo implementaron a pesar de la necesidad. Además, un tercio de los que lo han implementado se sienten más seguros.

Así tenga 30 años de experiencia en el negocio o esté recién comenzando, Bank of America se ha comprometido a proporcionarle el servicio más experto para crecer su negocio.

Sharon Miller, Gerente General, Líder en pequeñas empresas, Bank of America

Contenido

2

Confianza económica se mantiene fija

3

Crecimiento e ingresos estables, contratación disminuye

4

Dependencia fuerte en el apoyo de familia, amigos y la comunidad

6

Perspectiva del propietario nuevo de pequeña empresa

7

Nivel de aplicaciones de préstamo en desbalance

8

Ciclo de vida financiera de las pequeñas empresas

9

Fin de año, la perspectiva de fin de año

10

Incertidumbre del EMV

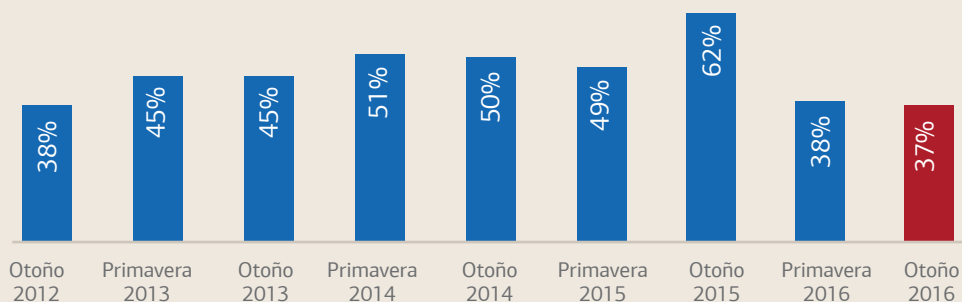
11

Perfil del cliente

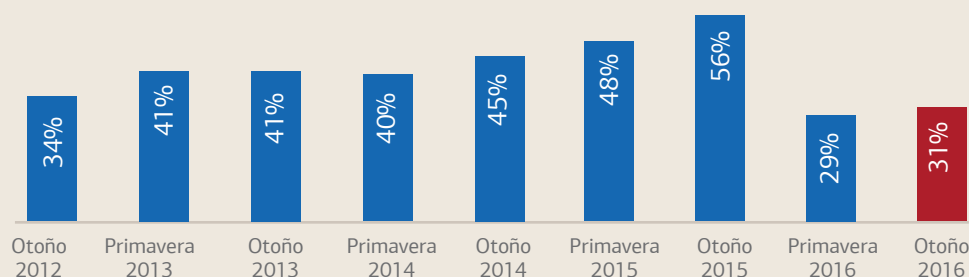
Confianza económica se mantiene fija

En otoño de 2016, la confianza de los propietarios de pequeñas empresas en que la economía nacional mejorará permanece igual al sentimiento algo negativo de la primavera del mismo año (31% en otoño y 29% en primavera). La seguridad en que la economía local mejorará también permanece casi en el mismo sitio, con un 37% reportando algo de optimismo a comparación del 38% en la primavera.

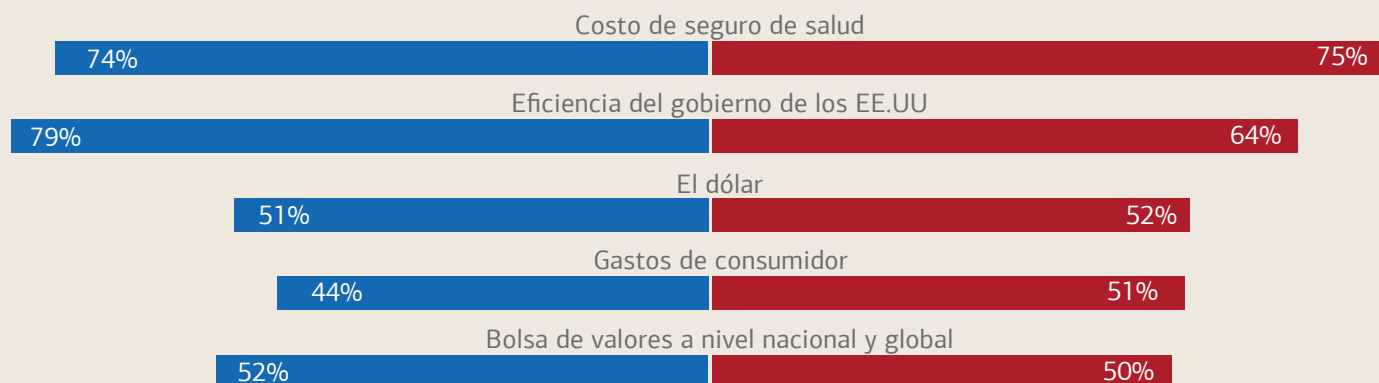
Mi economía local mejorará en los próximos 12 meses



La economía nacional mejorará en los próximos 12 meses



Preocupaciones económicas de pequeñas empresas

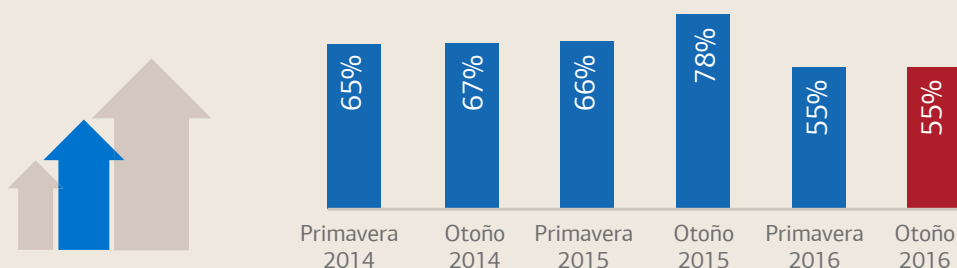


Crecimiento e ingresos estables, contratación disminuye

Los propietarios entrevistados en cuanto a los planes y las expectativas de ingreso para los próximos cinco años respondieron similarmente a la primavera de 2016, pero más negativas en comparación a años previos.

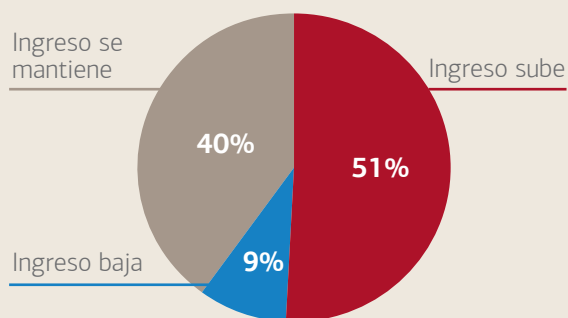
Los planes de reclutamiento y contratación subieron mínimamente, de un 22% a un 25% entre la primavera y el otoño de este año, siendo aún muy bajo en comparación a años previos.

Planes de crecimiento a futuro (5 años) se mantienen constantes

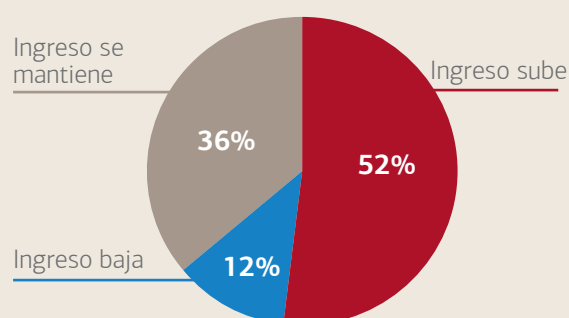


Expectativas de ingreso para el próximo año se quedan fijas

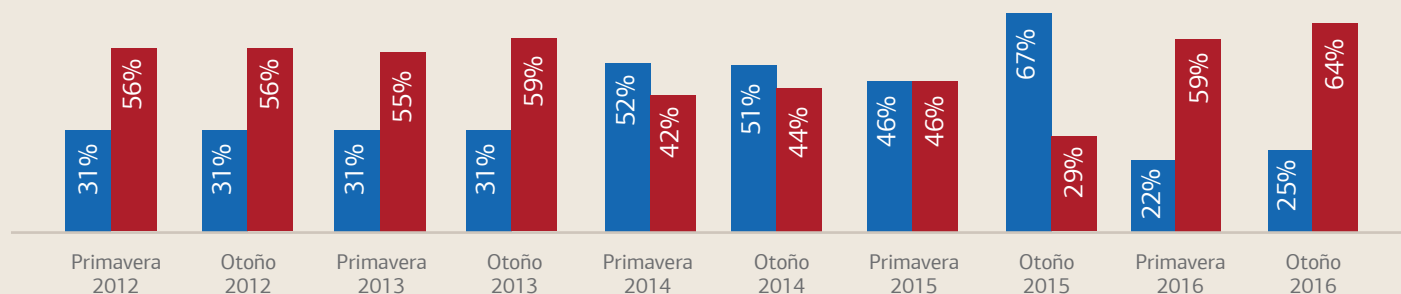
Primavera 2016



Otoño 2016



Muchos planean reservar sus recursos en cuanto a nuevos empleados en los próximos 12 meses



Dependencia fuerte en el apoyo de familia, amigos y la comunidad

Los propietarios de pequeñas empresas están alcanzando el éxito con la ayuda de amigos, familia y la comunidad en la que operan. 38% de emprendedores reportan el haber recibido un préstamo o regalo financiero por parte de un conocido/familiar en algún punto después de comenzar su negocio. Sin embargo, existen muchos sentimientos mixtos sobre el tema.

Las pequeñas empresas que aceptan préstamos de conocidos se sienten...



Agradecimiento/
Apreciación

66%



Más motivación
para tener éxito

39%



Ansiedad/
Presión a pagar deudas

30%



Feliz/
Optimista

27%



Incómodo/
Avergonzado

23%

La gran mayoría, el 83%, de las pequeñas empresas reportan que recibieron algún tipo de apoyo emocional, financiero y/u operacional por parte de su familia.

Las pequeñas empresas dependen de la familia para muchos tipos de apoyo:



Apoyo
emocional

57%



Ayuda
voluntaria

29%



Conexiones de
negocio

28%



Trabajo
pagado

20%



Apoyo financiero por
parte de su negocio

14%



Apoyo financiero
personal

13%



Compra de
recursos

10%

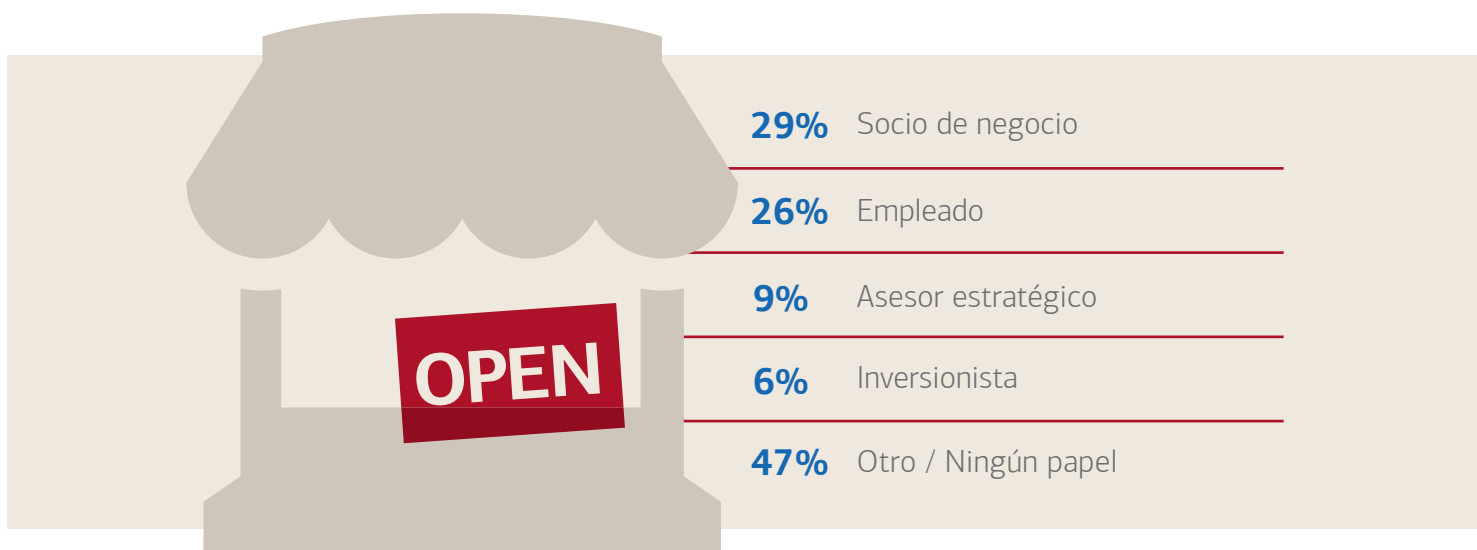


Ningún tipo de
ayuda

17%

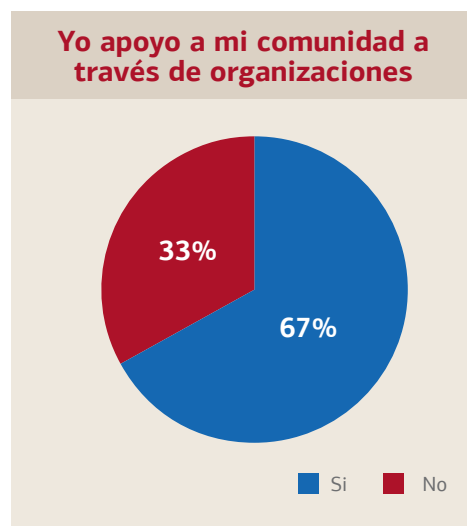
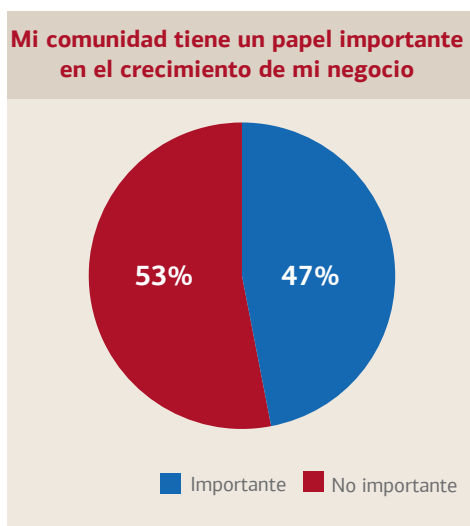
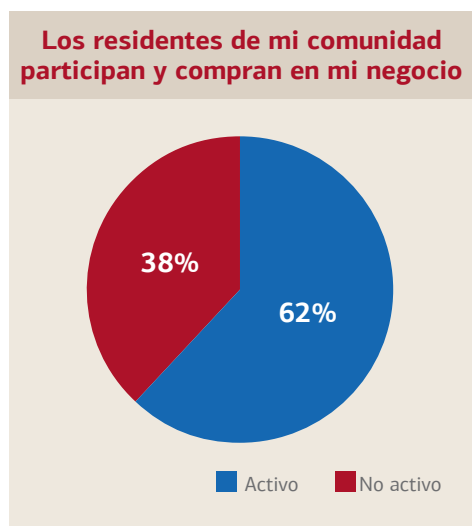
Dependencia fuerte en el apoyo de familia, amigos y la comunidad (cont.)

La mayoría (un 53%) de los emprendedores dependen mucho en que el apoyo familiar tenga un papel importante en el crecimiento de su negocio.



Casi dos tercios de los propietarios reportan que muchos residentes de la comunidad en la que operan, participan de manera activa en el apoyo de sus negocios, y cerca de la mitad consideran que la comunidad local tiene un papel sumamente importante en el crecimiento de su propio negocio. Para mostrar su gratitud, dos tercios de los emprendedores re-invierten en su comunidad para apoyar organizaciones locales non-profit y de caridad.

Los propietarios de pequeñas empresas y la comunidad local dependen de cada uno

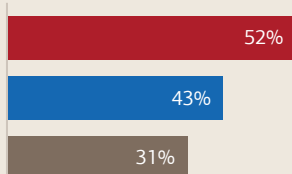


Perspectiva del propietario nuevo de pequeña empresa

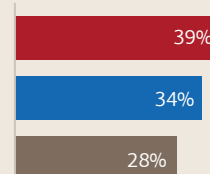
Los propietarios nuevos al negocio (de 0 a 5 años) parecen ser más optimistas que los propietarios con más tiempo en el negocio (de 6 a 10 años) o inclusive los más establecidos (más de 11 años) en cuanto a la economía, el crecimiento, los ingresos y los planes de contratación. A su vez, tienden a recibir mayor apoyo financiero por parte de familia y amigos.

- Propietarios nuevos al negocio (0-5 años)
- Propietarios con más tiempo en el negocio (6-10 años)
- Propietarios más establecidos (11+ años)

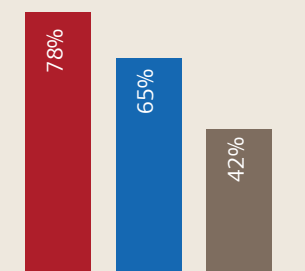
Seguros del crecimiento de la **economía local** en los próximos 12 meses



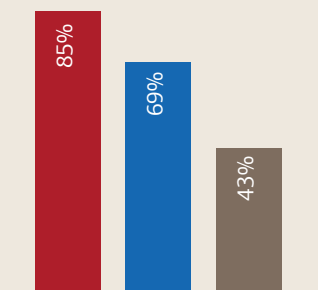
Seguros del crecimiento a **nivel nacional** en los próximos 12 meses



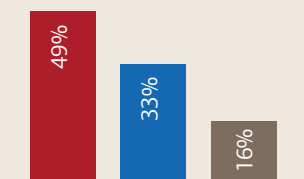
Los que esperan más ingresos en 2017



Los que planean crecer su negocio dentro de los próximos 5 años



Los que planean contratar a más empleados en el 2017



Más propietarios nuevos reciben apoyo financiero por parte de amigos y familia

Nuevos
54%

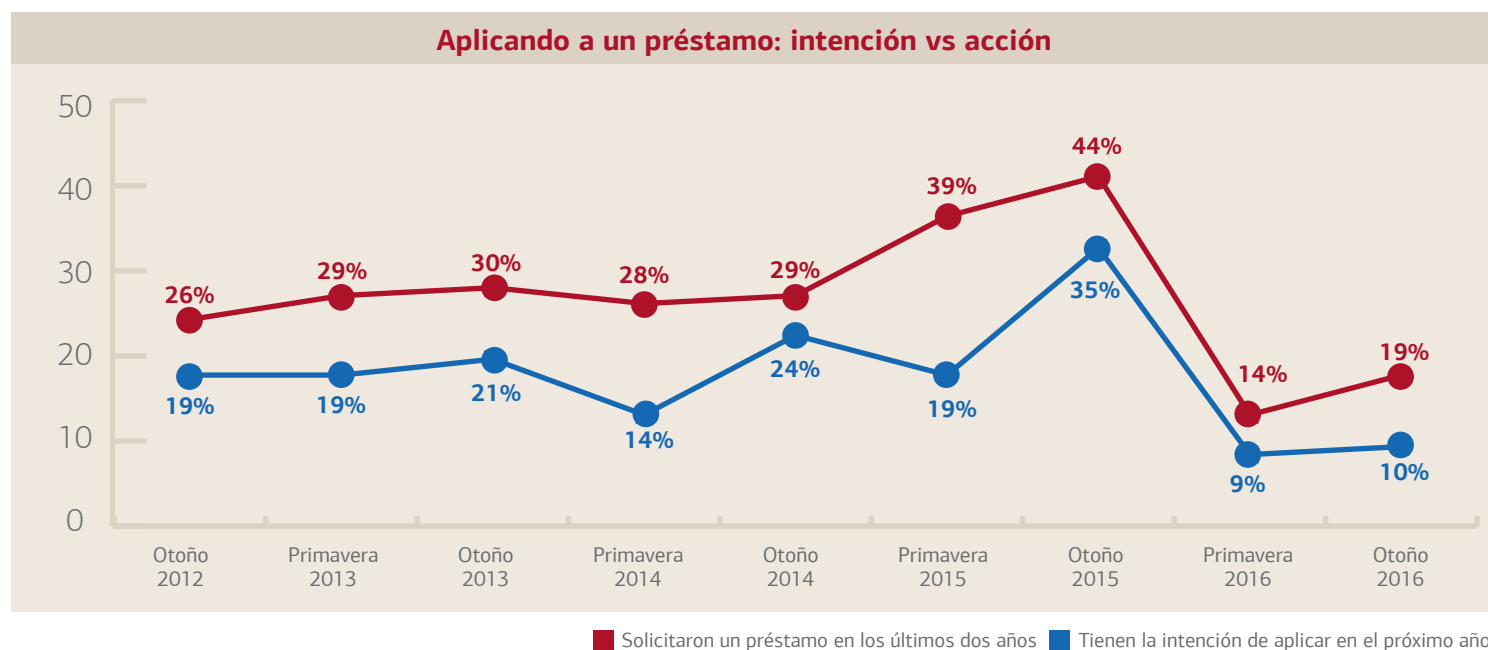
Con más tiempo
42%

Más establecidos
32%



Nivel de aplicaciones de préstamo en desbalance

Las aplicaciones de préstamo subieron moderadamente entre la primavera y el otoño de 2016, de un 14% a un 19% de propietarios indicando que habían aplicado en los últimos dos años. El índice de aprobación se mantuvo básicamente igual, con un 84% reportando ser aprobados en otoño y 89% en primavera. La intención de aplicar a un préstamo se mantuvo, con un crecimiento mínimo de un 9% a un 10%. Por más estables, estos números llegan a ser los más bajos desde el la inepción del estudio en 2012.



Aquellos con la intención de aplicar a un préstamo en 2017 planean invertir en nuevas herramientas, expandir operaciones y crear un nuevo producto o tipo de servicio para el negocio.



Ciclo de vida financiera de las pequeñas empresas

Al momento de comenzar su negocio, la gran mayoría de emprendedores usaron ahorros personales (76%), tarjetas de crédito (36%), préstamos bancarios (25%) y apoyo financiero por parte de familia y amigos (21%).

**76%**

usaron ahorros personales al momento de comenzar su negocio

Una vez establecido el negocio, los préstamos y el uso de tarjetas de crédito personales se convierten en el recurso más importante de capital. Hasta cierto punto, los emprendedores también reportan el uso de recursos nuevos y alternativos tal y como prestadores online, capitalistas e inversionistas.

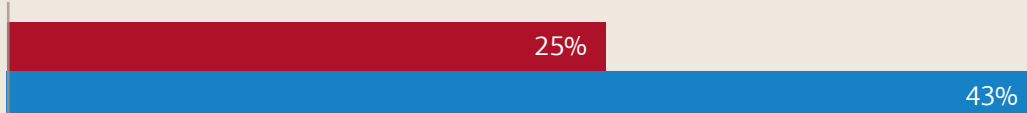
Recursos financieros: empezando vs. una vez establecido



Tarjetas personales



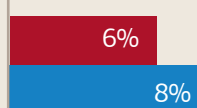
Préstamos bancarios



Apoyo de conocidos



Recursos alternativos (por ejemplo, prestadores online, capitalistas e inversionistas)



■ Cuando empiezan ■ Una vez establecido

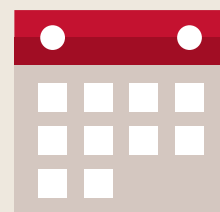
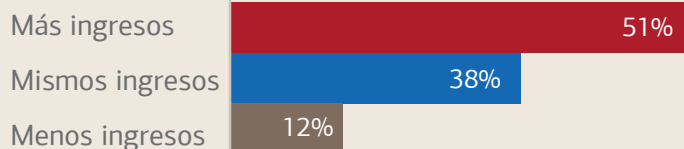


Fin de año, la perspectiva de fin de año

A pesar de la perspectiva cautelosa para el año que entra, más de dos tercios (68%) de los propietarios de pequeñas empresas esperan alcanzar sus metas financieras de fin de año.

Expectativas financieras para la época de fiestas a comparación de 2015

En el sector de *retail* específicamente, los emprendedores esperan sobrepasar los ingresos de fin de año de 2015. De acuerdo a los propietarios de negocios retail, los ingresos incrementarán y sobrepasarán los del año anterior.



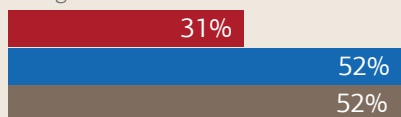
Sorprendentemente, **dos tercios** de los propietarios de pequeñas empresas reportan que Black Friday (**68%**) y Cyber Friday (**67%**) son de poca importancia en ingresos finales.

Mientras la mayoría (72%) de los propietarios planean compensar a sus empleados como parte del cierre de año, se han hecho más estrictos otorgando beneficios en comparación a los años previos (92% en 2015 y 89% en 2014).

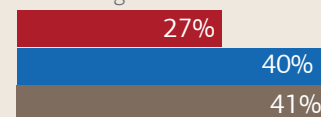
Beneficios de la época de fiestas en años previos



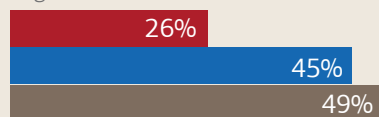
Otorgar bono



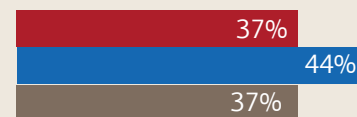
Ofrecer regalos



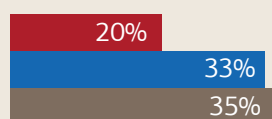
Organizar una fiesta navideña



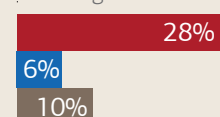
Cerrar la oficina a fin de año



Ofrecer horas flexibles



No otorgar beneficios



Incertidumbre del EMV

Octubre de 2015 marcó la última oportunidad para que las compañías implementen la tecnología EMV en sus sistemas de pago. La tecnología agrega otro nivel de seguridad y protección al consumidor en cuanto al proceso de pago. Un año después, muchos propietarios cuentan que no alcanzaron a implementarlo.



Representación de pequeñas empresas en los EE.UU: lo mejor de los mercados locales



Perfil del cliente

Richard Pyles, Presidente y Director Creativo de Made in Mars Inc., sabía que para alcanzar el éxito en el mundo del surf y los patines tomaría una estrategia única. Él entendía que su compañía necesitaría concentrarse en construir relaciones fuertes, utilizando los contactos de familia, amigos y las comunidades sociales al igual que escuchar a los clientes para destacar en la industria.

Fundada en 2010 en la ciudad de Industry en California, Made in Mars entró a la industria del deporte queriendo crear productos accesibles de calidad para un consumidor específico – el skater recreacional que entiende y aprecia el arte de la creación, pero que no quiere o puede andar gastando una fortuna por un producto. También querían destacar en la industria al ofrecer más que un producto deportivo, una herramienta para crear un cierto estilo de vida basado en los intereses de su audiencia. De acuerdo a Pyles, han hecho justamente esto. Ya sea con un escritor, un surfer o un músico, Made in Mars quiere adaptarse al estilo de vida de todos sus clientes.

“Siempre nos intentamos integrar en la experiencia de nuestros clientes y convertirnos en una pequeña parte de una gran vida y aventura,” dice Pyles. “Todos quieren ser escuchados y tener una experiencia interactiva y constante. Eso es lo que damos nosotros.”

Todavía en la ciudad de Industry, California, pero ahora alcanzando a muchos clientes en todo el país, gran parte del éxito de Made in Mars se debe a la práctica de escuchar y responder a su apasionada clientela, de los cuales la compañía ha podido convertir en embajadores de una comunidad importante en las redes sociales. Pyles y sus socios trabajan mucho con sus embajadores para consultar prototipos y también promover productos y la marca en las redes sociales – dos aspectos que ayudan a la compañía a mantener costos bajos de publicidad para mantener sus precios accesibles.

“Trabajar con nuestros embajadores sociales es una forma increíble y poco cara de desarrollar productos y para dar un vistazo inteligente a lo que nuestros clientes están haciendo con nuestros productos,” dice Pyles. “Nuestros embajadores han prácticamente co-creado la compañía con sus excelentes observaciones y sugerencias.”

Además de su activa comunidad social, Made in Mars frecuentemente recibe apoyo de familia y amigos, a los que Pyles les llama sus “Asesores”, para la retroalimentación e inspiración. Por ejemplo, después de que Pyles notara el creciente interés de su hija y de sus amigos por los festivales de música, comenzó a crear equipo de aire libre y camping diseñado específicamente para los jóvenes que en los conciertos. Como resultado, Made in Mars ha descubierto un nuevo segmento de mercado con una oportunidad importante de expandirse – y todo comenzó con un consejo de alguien en casa.

“Muchos de nuestros empleados tienen hijos adolescentes que nos dan un montón de información”, dice Pyles. “Mi hija, por ejemplo, me ayuda mucho con el art y lo gráfico. Tienen una comprensión y amplia base de conocimientos debido a la tecnología, ¡es increíble lo que se les ocurre!”



Bank of America: Comprometidos a las pequeñas empresas

Bank of America tiene una red nacional de centros bancarios y profesionales comprometidos a sus más de tres millones de clientes de pequeñas empresas a nivel global. La conexión personal de los banqueros de pequeñas empresas, los gerentes del cliente y los especialistas de soluciones contribuye mucho al éxito de las pequeñas empresas a las que atienden y las comunidades en donde operan, otorgando servicios expertos a un nivel accesible. Los recursos de Bank of America ayudan a propietarios de pequeñas empresas a alcanzar sus metas de éxito y ofrece gestión de soluciones al igual que interacciones bancarias convenientes y accesibles.

En los primeros seis meses de 2016, Bank of America prestó más de 5.9 mil millones de dólares a pequeñas empresas, para un incremento significativo del 16% a comparación del año pasado.