

Minoría hispana en EEUU: la fuerza de una economía emergente

Joaquín López Pascual y
Salvador Cruz Rambaud

Las recientes elecciones presidenciales en Estados Unidos han puesto de manifiesto la enorme importancia del voto hispano y su carácter determinante para el futuro de la nación. El rápido crecimiento de la población hispana en este país va a suponer, y de hecho está suponiendo, una mayor influencia en la representación política. La comunidad hispana, que es una parte central de la historia estadounidense y cuyas contribuciones son evidentes en todos los sectores de la sociedad, adquiere, cada vez más, una mayor presencia territorial y, por consiguiente, un mayor protagonismo en todos los sentidos, incluido el económico.

Este es el caso de los principales estados que, además, registran las mayores poblaciones hispanas, conocidos como los *top states displaying the largest Hispanic populations* y que incluyen a Nuevo México, Texas, California, Arizona, Florida, Georgia, Colorado, Illinois, Nueva Jersey y Nueva York (fuentes: Census Bureau, 2022 y US Department of Health and Human Services, Office of Minority Health, 2022).

Centrándonos en el mundo empresarial, la creciente importancia de la minoría hispana en Estados Unidos es innegable en muchos sectores, como el económico y el financiero. Los hispanos crean cada vez más empresas, especialmente pequeñas y medianas, habiendo llegado a ser titulares de casi una de cada cuatro nuevas empresas (Mills et al., 2018). Además, casi el 12% de todos los trabajadores inmigrantes hispanos trabajan en su propio negocio, habiéndose contabilizado un total de casi 2,3 millones de empresarios hispanos en Estados Unidos.

Además de promover el crecimiento económico, los hispanos son importantes contribuyentes de impuestos, aportando más de 252.200 millones de dólares a las arcas públicas, que se desglosan en 165.900 millones en impuestos federales sobre la renta, así como 86.300 millones de dólares en impuestos estatales y locales, presentando los hogares hispanos un poder adquisitivo de más de 780.700 millones de dólares (fuente: *New American Economy*, 2017).

La necesidad de compaginar este enorme crecimiento poblacional con su firme desarrollo económico está llevando a promover, por parte de instituciones financieras norteamericanas, nuevos mecanismos de empoderamiento financiero específicos para esta minoría, como los microcréditos, que están demostrando una gran eficacia y ser un instrumento útil para la finalidad con que fueron diseñados.

Investigaciones recientes (Santandreu y López Pascual, 2019) han confirmado la presencia en este país de un mercado importante y desatendido, atractivo por su tamaño y carente de competencia.

En otra reciente publicación (2023) titulada *A socio-economic approach to the profile of microcredit holders from the Hispanic minority in the USA*, hemos examinado los principales perfiles de microempresarios y demandantes hispanos de microcréditos en Estados Unidos, así como las principales características de sus empresas, lo que podría ayudar a identificar los factores socioeconómicos fundamentales de la minoría hispana que afectan al compromiso en el reembolso de los mi-

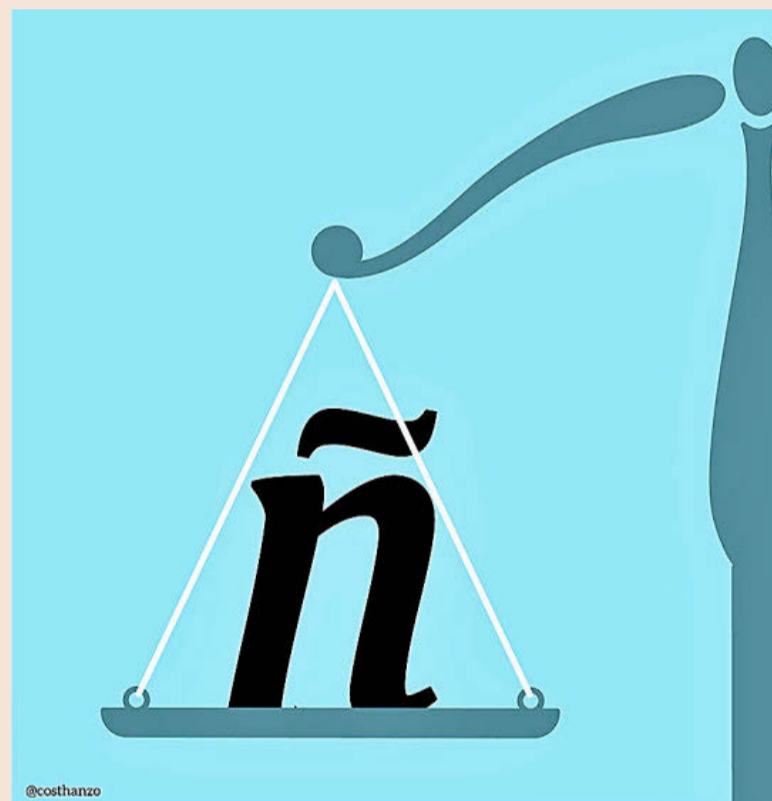
crocréditos concedidos a estos colectivos.

Las variables utilizadas en este estudio socioeconómico han sido múltiples: desde el análisis de los rasgos personales (género, edad, nivel educativo y estado civil) hasta la situación económica de sus empresas (número de trabajadores e ingresos), pasando por las características de los préstamos concedidos (principal, plazo y finalidad) para la financiación de dichas empresas.

Los resultados nos demuestran que, en el caso de la minoría hispana, la edad está relacionada con una devolución más responsable de los créditos y que el plazo de los préstamos está inversamente relacionado con la probabilidad de que los prestatarios amorticen sus préstamos a tiempo.

Perfil crediticio

Con las limitaciones propias de cualquier estudio, la conclusión parece clara: nos encontramos con que la minoría hispana en Estados Unidos muestra un perfil confiable desde el punto de vista económico y financiero. Por tanto, un mayor conocimiento y análisis de sus determinantes socioeconómicos nos permitirá atender mejor



sus necesidades financieras y el diseño de productos financieros adecuados a los perfiles y singularidad de la minoría hispana, cada vez más decisiva y relevante en el futuro.

Todo ello requerirá que las instituciones financieras que quieran acceder en Estados Unidos al mercado hispano deban tener presentes esos factores y “glocalizar”, es decir, adaptar sus productos financieros distribuidos globalmente al mercado local: leyes, costumbres y preferencias locales, en este caso, de la minoría hispana.

El reto que supone la necesidad de acompañar el crecimiento y desarrollo económico-financiero de la comunidad hispana con su evidente capacidad de ejercer un poder electoral significativo constituirá, inevitablemente, una prioridad en el futuro.

El enorme peso de la comunidad hispana en Estados Unidos no debería pasar desapercibido en nuestro país, y debería invitarnos a una reflexión global sobre los retos y oportunidades que pueden aparecer en este nuevo contexto para nuestro tejido empresarial, instituciones financieras, universidades y centros de investigación que pueden ayudar y desempeñar un papel importante en este nuevo y apasionante escenario global.

Catedráticos de Economía Financiera y Contabilidad
de la Universidad Rey Juan Carlos
y de la Universidad de Almería.