



## **Estudio comparativo del emprendedor español de la región de Andalucía y el americano de Texas**

**M. A. O. Luz María Quevedo Monjarás<sup>1</sup>**  
**Dr. Francisco Ballina Ríos<sup>2</sup>**  
**Dr. Juan Manuel Izar Landeta<sup>3</sup>**

### **Introducción**

La globalización es un fenómeno de grandes cambios vinculada al nuevo capitalismo informático-global, fenómeno que implica una complejidad en múltiples niveles, susceptible a diversas alternativas que combinan repercusiones positivas y negativas para cada una de las poblaciones a nivel mundial y que podrá modificarse favorablemente a partir de la lucha social progresiva para la inserción internacional de opciones para los actores empresariales.

Los cambios en la organización social de la producción (Basave y colaboradores, 2002) han modificado radicalmente las formas de la empresa, el mercado, la propiedad capitalista, el crédito y la intervención económica del estado, surgiendo un nuevo mercado global de mercancías y servicios estructurado alrededor de la competencia administrada entre países, regiones y bloques regionales.

La comprensión de la figura del emprendedor para la creación de nuevas empresas ha desarrollado numerosas investigaciones a nivel internacional, permitiendo realizar

---

<sup>1</sup> Profesora de Asignatura de la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí

<sup>2</sup> Profesor Investigador de la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Nacional Autónoma de México

<sup>3</sup> Profesor Investigador de la Facultad de Ingeniería de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí

análisis comparativos que permiten conocer los factores que han impulsado o frenado la generación de nuevas empresas.

En el marco del Proyecto Internacional Global Entrepreneurship Monitor (GEM), se ofrece una visión comparativa de un conjunto de variables analizadas, que permiten hablar de tendencias y previsión de futuros comportamientos del emprendedor. Con este estudio se podrá observar y aportar nuevos enfoques a los datos obtenidos por dicho proyecto y presentar conclusiones contrastadas en esta investigación.

En este trabajo se pretende establecer un comparativo de las variables endógenas y exógenas del emprendedor en la constitución de su empresa, para lo cual se compara a empresarios de la región Andaluza en España y el South West Texas Border en los Estados Unidos. En ambas regiones los gobiernos aplican políticas sociales, económicas y educativas que favorecen el desarrollo económico y la actividad emprendedora.

Si partimos del hecho que la mayor parte del producto interno bruto de las naciones lo generan las pequeñas y medianas empresas, con un estudio comparativo como el presente, pueden lograrse conclusiones valiosas sobre las diferencias entre empresarios españoles y americanos, lo cual puede ser útil para idear estrategias de benchmarking con la finalidad de mejorar la actividad emprendedora, ya que todo lo que incida en una mejor gestión y labor administrativa de los empresarios, repercutirá positivamente en los resultados de sus organizaciones, así como también en el entorno económico de sus países.

Pensamos que los conocimientos, habilidades, competencias y preparación que tenga el empresario deben impactar en el desarrollo de su organización, por lo cual la labor de identificar sus características personales, así como el entorno en el que se desenvuelve su empresa y el tipo de apoyos e infraestructura con los que cuenta, es de gran importancia.

Los gobiernos de las naciones se han dado cuenta que es fundamental apoyar a los empresarios para que puedan establecerse y consolidar sus empresas, lo cual fomenta el desarrollo económico y promueve la generación de empleo, que en esta época resulta de trascendental importancia.

Con las circunstancias actuales, como la crisis financiera mundial que estamos viviendo a finales de este 2008, las grandes corporaciones están en graves dificultades, al grado que muchas compañías están despidiendo empleados y requiriendo apoyo urgente para solventar sus déficits económicos.

Asimismo al estar en la era del conocimiento, el capital financiero de las organizaciones, que antes era un indicador de la fortaleza y solvencia organizacional, ha pasado a segundo término, siendo ahora el recurso más importante el capital intelectual de las empresas, el cual depende en buena medida del recurso humano y sus competencias. Por ello un estudio como el presente resulta de gran importancia, para tratar de identificar las características personales y organizacionales que se asocian al buen desempeño y gestión del emprendedor.

Para el desarrollo de este trabajo se ha aplicado un cuestionario, que luego se ha analizado estadísticamente, buscando diferencias y similitudes entre ambos grupos de empresarios analizados, para identificar estrategias específicas que impulsen el desarrollo emprendedor. Los resultados preliminares de la investigación ponen de manifiesto algunas características de las variables endógenas y exógenas del emprendedor que lo llevan a constituir su empresa.

La primera etapa de la investigación se realizó en la Región Andaluza en España, la muestra se tomó de los directorios del Programa Red Andaluza de Escuelas de Empresas y el Centro de Apoyo al Desarrollo Empresarial (CADE), ámbito local y rural empresarial de Andalucía, que albergan a los Emprendedores.<sup>4</sup> Y en el estado de Texas, la muestra se tomó de los directorios del South-West Texas Border Small Business Development <sup>5</sup> y de Action Texas<sup>6</sup>.

El resto del trabajo se estructura de la siguiente forma: en el segundo apartado se realiza una revisión de investigaciones internacionales previas del Proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM), con la finalidad de permitir la integración de diferentes corrientes existentes sobre el término entrepreneurship, en este sentido, se

---

<sup>4</sup> Los directorios se encuentran integrados a la población del directorio central de empresas (DIRCE) – INE, elaborado por la Unidad Estadística de la Consejería de Innovación (2006)

<sup>5</sup> El directorio de Small Business Development Centers de carácter confidencial, existe un reporte anual Success Stories. En la página web <http://tamiu.edu/ssb/frame.php?optL=http//sbdc.tamiu.ed>

<sup>6</sup> El directorio de Action Texas en la página web [http://www.acciontexas.org/client\\_directory.php\\_#results](http://www.acciontexas.org/client_directory.php_#results)

pretende coincidir y agregar variables que coadyuven a la constitución de nuevas empresas. En el tercer apartado se expondrá el marco contextual de ambas regiones. En el siguiente apartado se presenta la metodología del estudio y por último se presentan los resultados y conclusiones de la investigación comparativa de los empresarios españoles y estadounidenses.

### **Revisión bibliográfica**

Los investigadores expertos a nivel mundial en el fomento del espíritu emprendedor recomiendan continuar actuando en la mejora de las políticas gubernamentales, de formación educativa y en la oferta de apoyos financieros, destacando la necesidad de favorecer un marco de infraestructura comercial y profesional como elemento que pueda impulsar positivamente la creación de empresas en todos los países. Por otro lado, los ámbitos de la docencia e investigación afrontan importantes retos, en los que agentes como las organizaciones mundiales y fundaciones se posicionan como interfaces idóneas para encauzar el compromiso con la transferencia del conocimiento. En lo que se refiere a la política regional de la Unión Europea, su estrategia principal es la de impulsar la innovación, fomentar el espíritu emprendedor y la investigación.

Jacques Delors (1993), en la comisión internacional para el siglo XXI de la UNESCO, señala que "la educación no es solamente aprender a conocer, aprender a hacer, aprender a ser, si no que es fundamental aprender a vivir juntos y a construir una sociedad del futuro". Indudablemente, en ese proceso de "construcción de la sociedad del futuro" la formación juega un papel fundamental, pues es uno de los elementos esenciales que posibilita la creación de empleo.

Hay que recordar que la productividad y la riqueza de las naciones están determinadas fundamentalmente por el desarrollo de las aptitudes físicas e intelectuales de sus ciudadanos, de manera que la inversión en alimentación, salud, *educación, capacitación laboral, desarrollo científico y tecnológico*, constituye la más fructífera asignación de recursos que las naciones pueden hacer para la constitución de su futuro. En consecuencia, la elevación del bienestar social y la erradicación de la pobreza deben ser concebidas no como algo extrínseco a la economía, sino como

parte integral de una nueva estrategia económica incluyente de los ciudadanos (Basave y colaboradores, 2002).

El Proyecto GEM es uno de los grandes esfuerzos de investigación a nivel mundial, el cual adopta una de las definiciones más amplias del concepto de *entrepreneurship*, con la finalidad de permitir que los datos recogidos por el consorcio internacional puedan ser utilizados por la comunidad científica, que reconoce la falta de consenso sobre una definición conceptual y, por tanto, recurre a la integración de las diferentes corrientes existentes sobre dicho término. En este sentido, se pretende hacer coincidir y agregar variables que coadyuven al desarrollo de nuevas empresas, a través de un análisis comparativo de las regiones estudiadas en España y Estados Unidos.

El modelo que desarrolló el consorcio GEM se basa en la creación de nuevas empresas con el desarrollo económico a través de variables explícitas que se integran mediante procesos. El crecimiento económico, entendido en términos del crecimiento del PIB y la generación de empleo, es producto de dos grandes fuerzas: el surgimiento de nuevas empresas y la expansión de las establecidas. Incluye la dinámica empresarial, que da las condiciones de creación y crecimiento de empresas en aspectos como competencias, desarrollo tecnológico e innovación.

El surgimiento de nuevas empresas se asocia a la existencia y percepción de oportunidades para su creación y a las motivaciones y competencias para hacerlo. Estos aspectos afectan las condiciones generales del contexto nacional y las de la actividad empresarial, que incluyen factores como el contexto económico general y del ambiente de negocios, el papel del Gobierno, el grado de apertura, el papel de las instituciones financieras, los niveles de investigación de ciencia y tecnología, los niveles y la calidad de infraestructura física y el nivel de las competencias de los habitantes.

Por otro lado, las condiciones del entorno para la creación de nuevas empresas se caracterizan por la disponibilidad de recursos financieros, las políticas y programas de apoyo, la educación y la capacitación, al igual que la efectividad en los mecanismos de transferencia tecnológica y el acceso a servicios profesionales e infraestructura.

Y por último, la gran importancia de los contextos social, cultural y político, que dan forma a la situación de la sociedad o del país en sus aspectos humanos y culturales.

El análisis de las siguientes variables es de los reportes de Estados Unidos, España y la Región Andaluza.

Dentro de estos países de altos ingresos (Estados Unidos y España), la actividad emprendedora en sus etapas tempranas prevalece más en el grupo de individuos entre 25 y 34 años. Los hombres son más propicios a empezar un negocio que las mujeres (GEM, 2007, p. s/p).

El desglose por grupos de edad según el reporte de la región Andaluza, muestra que tanto el emprendedor potencial como el “early stage” están principalmente entre los 25 y 34 años de edad (GEM, 2006, p. 41).

El nuevo empresario en Andalucía es en su mayoría masculino, el porcentaje de mujeres involucradas en crear una empresa aumentó en 2006 a un valor promedio del 37%, alcanzando el 4.98% de la población femenina (GEM, 2006, p. 16).

La formación académica predominante entre los emprendedores consolidados es la de estudios obligatorios, si bien en las etapas de emprendedor potencial y nuevas iniciativas, se observa un mayor equilibrio entre los distintos niveles de formación, pero en general hay un menor nivel de emprendedores con estudios universitarios en Estados Unidos que en España (GEM, 2007, p. s/p).

El tipo de empresa que se desarrolla mayormente en Estados Unidos es el comercio, los servicios y la gastronomía y en España es de tipo científico y tecnológico.

España muestra un 9 % de sus empresas trabajando en productos nuevos en el mercado, en tanto que en Estados Unidos dicho valor alcanza el 7 % (GEM, 2008, p. s/p).

En la clasificación de los países en cuanto a su porcentaje de iniciativas con potencial de rápido crecimiento del empleo (19 o más puestos de trabajo en 5 años), España tiene 0.3 % y se ve superado por Estados Unidos que cuenta con 1.4 % (GEM, 2008, p. s/p).

## **Marco Contextual**

### **Investigación de campo de la región de Andalucía, España**

Andalucía es una de las 17 comunidades autónomas que componen España. Se encuentra situada en el extremo suroeste del continente europeo, en la encrucijada

entre el Mar Mediterráneo y el Océano Atlántico y entre Europa y el norte de África. La comunidad autónoma de Andalucía tiene un importante peso demográfico y territorial en el conjunto de España: es la que tiene mayor población y la segunda en extensión (87,597 km<sup>2</sup>)<sup>7</sup>.

**Tabla I. Población de la región de Andalucía, España**

	<b>Provincias</b>	<b>Habitantes</b>	<b>Municipios</b>
1	Almería	635,850	102
2	Cádiz	1,194,062	44
3	Córdoba	788,287	75
4	Granada	876,184	168
5	Huelva	492,174	79
6	Jaén	662,751	97
7	Málaga	1,491,287	100
8	Sevilla	1.835.077	105
	<b>Total</b>	<b>7,975,672</b>	<b>770</b>

Fuente: Lacomba, 2006.

Referente a la región de Andalucía se puede afirmar que, en dimensión es comparable con algunos estados miembros de la Comunidad Europea y es la segunda más extensa en territorio en España, lo que aunado a su historia y cultura le confiere un peso singular y decisivo en su conjunto. Andalucía se encuentra situada en el extremo sur occidental de Europa, limitando al sur con el estrecho de Gibraltar y el mar Mediterráneo y al oeste con la República de Portugal y el océano Atlántico. Dentro de España, limita al norte con Extremadura y Castilla-La Mancha y al este con la Región de Murcia.

---

<sup>7</sup> [http://www.invercaria.es/lsp/04\\_andalucia.htm](http://www.invercaria.es/lsp/04_andalucia.htm)

Desde la Unión Europea se promociona la adopción de medidas que conviertan a Europa en un lugar más atractivo para la actividad empresarial, fortaleciendo la mentalidad emprendedora a través del fomento de los valores empresariales (Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento, 2004).

En Andalucía, aunque en los últimos años se viene produciendo una relativa evolución positiva, es imprescindible la implantación de políticas más activas de fomento de la cultura y la actividad emprendedora. Su fomento requiere la implantación de políticas, estrategias y medidas estructuradas y prolongadas en el tiempo, en el que se contemple tanto la consecución de objetivos a corto y medio plazo, como el establecimiento de un entorno que transmita el espíritu emprendedor a las nuevas generaciones.

Una de las políticas implementadas por la Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa de la Junta de Andalucía y la confederación de entidades para la economía social de Andalucía (CEPES – Andalucía) fue la del Proyecto “PIONEROS 106” que comprende un horizonte temporal que comenzó a principios de 2002 y finalizó en diciembre de 2004. Fue un proyecto enmarcado en el Programa de la Iniciativa Comunitaria EQUAL, dentro del EJE 2 “Fomento del Espíritu Empresarial” y dentro del área temática “Creación de Empresas”, cofinanciado por el Fondo Social Europeo (F. S. E.). Su objetivo fue la lucha contra la desigualdad y/o la discriminación en el acceso al mercado de trabajo.

La transnacionalidad, llevada a cabo con la Agrupación de Desarrollo Pro Sit (Región Toscana, Italia), aportó la necesaria complementariedad de ideas innovadoras que pudieron aplicarse para alcanzar los resultados finales.

Las acciones que se desarrollaron en el marco de Pioneros 106 fueron las siguientes:

Estudio de los grupos desfavorecidos en Andalucía en relación con el acceso al mercado laboral; estudio sobre las políticas activas de empleo en la Unión Europea y los principales países desarrollados; las prácticas en Europa para la igualdad de oportunidades de acceso al mercado laboral; unidades del conocimiento; instructores para la creación de empresas; simuladores empresariales y proyectos modelados; banco de proyectos empresariales; la creación de empresas de economía social; el



diseño de estrategias de formación y asesoramiento; la formación de capacitadores y su intercambio transnacional.

Este proyecto tuvo como finalidad el Diseño de Estrategias de Formación y Asesoramiento que sirviera de guía a los Agentes de Desarrollo de la Economía Social en Andalucía (Responsables Técnicos) para permitirles ejecutar, con eficacia y eficiencia, la formación y el asesoramiento de los grupos desfavorecidos de la región Andaluza.

En este escenario, desde la Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa y encuadrado dentro del Plan de Innovación y Modernización de Andalucía, como instrumento director de las políticas de fomento de la cultura y la actividad emprendedora que fue implantada en Andalucía, se puso en marcha la herramienta denominada: "Biblioteca de Experiencias y Proyectos Empresariales".<sup>8</sup>

La Red Territorial de Apoyo a Emprendedores es un instrumento al servicio de las personas emprendedoras de Andalucía, gestionado por la Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa, a través de la Fundación Red Andalucía Emprende, en colaboración con otros organismos del gobierno andaluz e instituciones públicas y privadas.

La infraestructura de la Red Territorial de apoyo a emprendedores está compuesta por 150 Escuelas de Empresas, distribuidas en las diversas zonas rurales de Andalucía y 11 Centros de Apoyo al Desarrollo Empresarial (CADE), uno en cada capital de provincia y otros 3 en las localidades de Algeciras, Jerez de la Frontera y Marbella, a través de los cuales se da cobertura al 100% del territorio andaluz, cumpliendo con el objetivo de atender todo tipo de proyectos empresariales en cualquier punto de Andalucía.

La Red Andalucía Emprende a través de las Escuelas de Empresas y CADE, presta las siguientes líneas estratégicas de actuación:

1. *Apoyo a la creación y desarrollo de nuevas empresas.*

---

<sup>8</sup> Espadín Bustelo Francisco. Proyecto Pioneros 106, Espíritu Empresarial, Diseño de estrategias de formación y asesoramiento Depósito Legal SE-4939-04

2. *Impulso* a la introducción y uso eficaz de las tecnologías de la información y comunicación (TIC) en las empresas tuteladas por la Red y en el entorno de la Red de Espacios Tecnológicos de Andalucía.
3. *Fomento* del espíritu emprendedor e innovador y estímulo y mantenimiento del mismo a lo largo de la vida de la empresa.
4. *Servicios especializados*, alojamiento empresarial, autorización, formación, información y asesoramiento técnico, campañas de captación de emprendedoras/es, acciones de sensibilización, divulgación y preformación para personas emprendedoras, acciones de coordinación y cooperación con otros dispositivos y desarrollo de los programas regionales para emprendedores planteados por la Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa.
5. *Implantación* de escuelas de empresas ubicadas en municipios de zonas rurales y los CADE, situados en las capitales de provincia y en ciudades estratégicas.
6. *Sistemas de apoyo*, la Fundación cuenta con tres sistemas: 1. La plataforma tecnológica. 2. Gestión del conocimiento. 3. El sistema de gestión de calidad.
7. *Estructura*.
8. *Personal*.
9. *Implantación* de un sistema de información multiterritorial Andalucía (SIMA).
10. *Convenios* con las Universidades Andaluzas para fomentar el espíritu emprendedor y desarrollar competencias para el mundo de la empresa.

La región Andalucía utiliza factores esenciales del crecimiento y desarrollo económico, la innovación y el capital humano, por otro lado el conocimiento y la educación son derechos para todos los ciudadanos, sin restricciones.<sup>9</sup>

### **Investigación de campo del South-West Texas, Estados Unidos**

Con 1,200 kilómetros de este a oeste y unos 1,500 de norte a sur, tiene una enorme diversidad geográfica y cuenta con 20 millones de habitantes. Su historia comienza en el Álamo, antigua misión española y fuerte mexicano, después en 1836 se declara

---

<sup>9</sup> Junta de Andalucía, Consejería de Innovación, ciencia y empresa, Disponible en: <http://www.juntadeandalucia.es>.

independiente la República de Texas y en 1845 Estados Unidos lo anexó a la República.

La economía de Texas históricamente ha dependido sobre todo de dos sectores: el petróleo y la agricultura como es el cultivo del algodón y los cítricos.

Este estudio se toma como referencia a la America's Small Business Centro de Desarrollo Red <sup>10</sup>. Su estructura de prestación de servicios se compone de 90 delegaciones regionales y de distritos y sucursales, además cuenta con otros participantes financieros y socios capitalistas. Para la aplicación del cuestionario se tomó la región siguiente:

**Tabla II. Región de South West Texas Border considerada en el estudio.**

	<b>Cities</b>	<b>Population</b>	<b>Communities</b>
1	Austin	1,425,607	64
2	Corpus Christi	492,845	100
3	Dallas	3,780,805	142
4	Eagle Pass	160,735	62
5	Brownsville-Edinburg	1,069,202	121
6	El Paso	728,818	31
7	Laredo	245,790	35
8	San Antonio	1,743,506	48
	<b>Total</b>	<b>9,975,672</b>	<b>603</b>

Fuente: U. S. Census Bureau, Mar, 2006.

El Small Business Administration<sup>11</sup> es una entidad autónoma y relativamente pequeña del Gobierno Federal de los Estados Unidos, la cual fue establecida en 1953 por la Ley de la Pequeña Empresa.

<sup>10</sup> A brief History of America's Small Business Development Center NetWORK. Disponible en: <http://www.asbdc-us.org/>

<sup>11</sup> [http://www.sba.gov/idc/groups/public/documents/sba\\_homepage/serv\\_abt\\_overview\\_spanish.doc](http://www.sba.gov/idc/groups/public/documents/sba_homepage/serv_abt_overview_spanish.doc)

Su presupuesto para el ejercicio económico de 2007 fue de aproximadamente US \$580 millones. El presupuesto de la SBA lo asigna anualmente el Congreso. Aunque esto sólo representa 2,23 centésimos de punto porcentual (o sea, 0,0223%) del total del presupuesto del Gobierno Federal, la SBA está entre las cinco mayores entidades de crédito del Gobierno Federal.

Su cometido es ayudar, asesorar, asistir y proteger los intereses de las pequeñas empresas, preservar la libre empresa competitiva, mantener y fortalecer la economía general de la nación y ayudar en la recuperación de las comunidades afectadas por catástrofes, dotada de una cartera de préstamos, garantías de préstamos e instrumentos para capital de riesgo.

La SBA tiene cuatro funciones programáticas:

1. Financiamiento de empresas mediante programas de préstamos.
2. Desarrollo empresarial, que comprende educación, información, asistencia técnica y capacitación.
3. Compras públicas (adquisiciones federales).
4. Representación (Voz para la pequeña empresa).

## **Objetivo**

El objetivo de esta investigación es identificar diferencias y similitudes en las variables endógenas y exógenas de los emprendedores españoles y estadounidenses, al momento de constituir sus empresas, con la finalidad de idear estrategias que lleven a la mejora a cualquier empresario que desee constituir una pequeña o mediana empresa, así como en su desempeño y gestión.

## **Metodología**

Se determinó en primera instancia el tamaño de la muestra, el cual fue calculado para un nivel de confianza  $1-\alpha$  del 95%, una desviación estándar  $\sigma$  de 0.5 y un error  $e$  del 10%, con lo cual el tamaño muestra resulta:

$$n = \left( \frac{\sigma Z_{1-\frac{\alpha}{2}}}{e} \right)^2 = \left( \frac{(0.5)(1.96)}{0.1} \right)^2 = 96.04$$

Por lo cual se decidió fijar en 100 el tamaño de la muestra, el cual se considera un valor adecuado, dado que la Fundación Red Andalucía Emprende estuvo integrada por 385 empresas en el segundo semestre de 2006.

Se aplicó entonces el cuestionario a empresarios españoles de la región de Andalucía y a empresarios estadounidenses del estado de Texas, para comparar sus respuestas y encontrar diferencias y similitudes entre ambos grupos.

El cuestionario consta de 7 bloques de preguntas, el primero de ellos recoge los datos generales y demográficos de los encuestados, como son nombre, domicilio, edad, sexo, nivel de estudios, años funcionando con su empresa, actividad que desarrolla, número de empleados y ventas durante los años 2003 a 2006; el segundo bloque contiene preguntas sobre los factores internos que influyen en el emprendedor, como son las motivaciones que le llevaron a crear su empresa, las oportunidades que aprovechó y sus características personales; el tercer bloque incluye los factores externos que influyen en el emprendedor, como son su cultura emprendedora y el contexto cultural en el que se desenvuelve; el cuarto bloque contiene preguntas sobre la educación empresarial que ha recibido el emprendedor, con reactivos sobre sus competencias y su interés por obtener apoyos universitarios; el siguiente bloque define el estilo de dirección del empresario, con cuestionamientos sobre las fuerzas de Porter y el estilo de estrategia genérica que aplica; el sexto bloque trata de las técnicas que utiliza el emprendedor, como son el uso de tecnología de la información y herramientas económicas y financieras y el grado en que éstas satisfacen los objetivos planteados; finalmente, el séptimo bloque define los recursos financieros que utiliza el emprendedor en su gestión.

Cada bloque tiene 5 opciones de respuesta, que van desde poco importante o estar en total desacuerdo, hasta muy importante o estar completamente de acuerdo.

Después lo que se ha hecho es comparar las respuestas de cada bloque, para definir en cuáles de ellas hay diferencias significativas entre empresarios españoles y americanos.

### **Preguntas de investigación y planteamiento de hipótesis**

Las preguntas de investigación que se plantean en este trabajo son sobre la diferencia o similitud entre empresarios españoles y estadounidenses de las regiones referidas respecto a los bloques de preguntas antes comentados.

Para cada conjunto de preguntas la hipótesis nula es que no hay diferencias significativas entre las respuestas de españoles y americanos y la hipótesis alternativa es que sí existen tales diferencias.

## Desarrollo

La técnica estadística utilizada para hacer las comparaciones ha sido la T cuadrada de Hotelling, donde cada hipótesis nula establece que las medias de las respuestas de españoles y americanos son iguales, esto es:

$$H_0: \bar{X}_1 = \bar{X}_2 \quad \text{Ec. I}$$

Siendo  $X_1$  la media de los empresarios españoles y  $X_2$  la de los americanos en cada pregunta planteada.

La hipótesis alterna es que las medias son diferentes:

$$H_1: \bar{X}_1 \neq \bar{X}_2 \quad \text{Ec. II}$$

La prueba estadística define que se rechaza la hipótesis nula si se cumple lo siguiente:

$$\frac{n-p}{(n-1)p} T^2 \geq F_{p; n-p; \alpha} \quad \text{Ec. III}$$

Donde:

$n$  = Número de datos de la muestra (100 en este estudio)

$p$  = Número de variables que forman el vector de medias

$T^2$  = T cuadrada de Hotelling, definida por la ecuación IV

$F$  = Estadístico de Prueba (obtenido de tablas) con  $p$  grados de libertad en el numerador y  $n-p$  en el denominador

$\alpha$  = Nivel de Significación Estadística de la Prueba (0.05)

Al término del lado izquierdo de la desigualdad se le denomina el factor de comparación estadística.

Por su parte la T cuadrada de Hotelling se calcula mediante la siguiente expresión:

$$T^2 = n(\bar{X}_1 - \bar{X}_2)' S^{-1} (\bar{X}_1 - \bar{X}_2) \quad \text{Ec. IV}$$

Donde  $(X_1 - X_2)^t$  es la transpuesta de la diferencia del vector de medias y  $S^{-1}$  es la matriz inversa de varianzas y covarianzas de los datos de españoles y americanos, la cual puede obtenerse por medio de la ecuación siguiente:

$$S = \frac{1}{n-1} \sum_{j=1}^n (X_{1j} - \bar{X}_1) - (X_{2j} - \bar{X}_2) \quad \text{Ec. V}$$

## Resultados

En primer término se presentan algunos datos descriptivos que son de utilidad para mostrar algunas diferencias entre los empresarios españoles y americanos.

La tabla III presenta para los 100 empresarios encuestados de cada nacionalidad, algunos datos demográficos como son edades, sexo, niveles de estudio y años como empresarios.

**Tabla III. Datos demográficos de españoles y americanos.**

Datos	Estadística de españoles	Estadística de americanos
Edad		
Mínima	21	18
Máxima	59	68
Promedio	33.6	42.4
Genero		
Hombre	74	57
Mujer	26	43
Nivel de estudios		
Técnico	18	10
Universitario	56	43
Posgrado	8	10
Años como empresario	2.34	3.64

Fuente: Elaboración propia

Se observa que los empresarios americanos son en promedio 9 años mayores que sus colegas españoles y con mayor rango de edades; asimismo hay mayor proporción de mujeres en Estados Unidos que en España trabajando en las PYMES; en cuanto al nivel de estudios hay mayor porcentaje de empresarios españoles con formación universitaria o técnica; finalmente de la última fila se ve que en promedio los americanos tienen un año más como empresarios que los españoles.

En cuanto al sector en el que participan las PYMES, la tabla IV presenta aquellas actividades que resultaron más frecuentes en España y Estados Unidos.

**Tabla IV. Frecuencias de actividades en que participan los empresarios.**

España		Estados Unidos	
Tecnología informática	35	Comida rápida	14
Talleres	10	Restaurante Bar	8
Servicios ambientales	10	Tiendas de ropa y accesorios	7
Consultoría	10	Taller mecánico y de pintura	5
Industria de la construcción	6	Sala de belleza	5

Fuente: Elaboración propia

Se aprecia que en Estados Unidos prevalecen más las PYMES de servicios como comida rápida y restaurante bar y en España aquellas relacionadas con la tecnología informática; asimismo y aunque no aparece en la tabla, la gama de actividades es mucho más amplia en las PYMES americanas que en las españolas.

Otra estadística comparativa de interés es la referente al tipo de empresa existente en España y Estados Unidos en cuanto a la innovación de productos y servicios, la cual se presenta en la tabla siguiente:

**Tabla V. Estadísticas de los tipos de empresas españolas y americanas.**

Tipo de Empresa	Frecuencia en España	Frecuencia en Estados Unidos
A. Empresa líder en innovación de productos	45	34
B. Desarrolla nuevos productos en forma selectiva	29	35
C. No está interesada en nuevos productos, sólo en mejorar los existentes	21	28
D. No tiene área de diseño de productos, sólo responde a las presiones del entorno	5	1

Fuente: Elaboración propia

Hay más empresas españolas del tipo A y D, que casualmente son los extremos en cuanto a innovación del producto se refiere; por su parte en las empresas americanas son más frecuentes los tipos B y C, que son los niveles intermedios en cuanto a innovación del producto se refiere.



Por lo que respecta al análisis estadístico inferencial, del bloque dos al siete se hicieron los comparativos estadísticos de la prueba de Hotelling antes descrita, los cuales se sintetizan en la tabla VI:

**Tabla VI. Valores estadísticos del comparativo de empresarios españoles y americanos.**

Bloque y variables comparadas	Factor Comparativo	Estadístico F	Conclusión
Bloque II (12 variables): Audacia para tomar riesgos, Pasión, Creatividad, Liderazgo, Innovación, Competitividad, Intuición, Empuje, Persuasión, Eficacia y eficiencia, Capacidad de gestión, Aventura	1.242	1.878	No se rechaza $H_0$
Bloque II (6 variables): Poner en práctica conocimientos, Lograr mejor estatus social, Tomar riesgos, Contribuir a la sociedad, Ser empresario para ganar más dinero, Ser como un empresario al que admira	39.743	2.205	Se rechaza $H_0$
Bloque II (8 variables): No seguir ciegamente decisiones tomadas, Encontrar aplicaciones originales de una idea, Descubrir nuevas ideas a partir de las ya conocidas, Detectar semejanzas entre ideas diferentes, Recurrir a conocimientos interdisciplinarios, Aceptar otras opiniones, Dudar de sus soluciones, Enfocar problemas desde su raíz	0.854	2.057	No se rechaza $H_0$
Bloque III (16 variables): Factores Políticos, Poder del mercado, Programas educativos, Acceso a financiamiento, Seguir la tradición familiar, Incertidumbre social, Experiencia laboral previa, Estar desempleado, No poder estudiar, El ambiente externo, La estrategias de negocios, Tener educación especializada, Tener una red de contactos, Las tendencias de desarrollo tecnológico, Orientarse hacia cultura del entorno, Confianza en el sector legal y fiscal	0.872	1.786	No se rechaza $H_0$
Bloque III (9 variables): Deseo de independencia, Estar inconforme con su situación, Tener la necesidad de	3.430	1.999	Se

controlar, Ser individualista, Realizarse como persona, Tener certeza de sus acciones, Tener incertidumbre en las decisiones, Tener iniciativa, Desarrollar su ingenio			<i>rechaza</i> $H_0$
Bloque IV (11 variables): Conocimiento administrativo, Conocimiento técnico, Trabajo en equipo, Solución de problemas, Creatividad, Innovación, Marketing, Capacidad de gestión, Relaciones públicas, Planificación, Negociación	0.698	1.914	No se rechaza $H_0$
Bloque IV (8 variables): Impulsar la cultura emprendedora, Promover cursos para desarrollar competencias, Buscar más acceso a financiamientos, Promover redes institucionales, Realizar proyectos sustentables, Respetar el marco jurídico, Información estadística de temas de interés, Ofrecer infraestructura de apoyo	0.542	2.057	No se rechaza $H_0$
Bloque V (5 variables): Fácil entrada de nuevas empresas, Competitividad del sector, Poder de los clientes, Poder de los proveedores, Facilidad de crear productos sustitutos	0.320	2.323	No se rechaza $H_0$
Bloque VI (4 variables): Tener correo electrónico, Tener página web, Mantener relaciones vía Internet, Usar mercadotecnia por Internet	7.056	2.482	<i>Se rechaza</i> $H_0$
Bloque VI (3 variables): Tener sistema de contabilidad de costos, Tener presupuesto de tesorería a corto plazo, Analizar su situación económica y financiera	0.414	2.711	No se rechaza $H_0$
Bloque VI (6 variables): Las técnicas económicas y financieras cumplen con objetivos de: Planificación, Evaluación, Control, Toma de decisiones, Medidas de rendimiento, Aportar información a la contabilidad financiera	0.913	2.205	No se rechaza $H_0$
Bloque VII (4 variables): Usa las siguientes fuentes de financiamiento: Aportaciones de accionistas, Reinversión de utilidades, Financiamiento bancario a más de un año, Financiamiento bancario a menos de un año	2.048	2.482	No se rechaza $H_0$

Bloque VII (6 variables): Frecuencia de uso de las siguientes fuentes de financiamiento para activos circulantes: Aplazar pago a proveedores, Letras y pagarés, Crédito bancario anual, Factoraje, Recursos propios y aportaciones de accionistas, Préstamos fuera del sistema bancario	0.580	2.205	No se rechaza $H_0$
---	-------	-------	---------------------

Fuente: Elaboración propia

De los 13 conjuntos de variables analizados, en 3 de ellos se rechaza la hipótesis nula de igualdad en las medias de las variables que componen el conjunto de datos, siendo la primera de ellas del segundo bloque, el conjunto de oportunidades que han llevado al empresario a crear una nueva empresa, la cual de manera contundente se rechaza al ser el factor comparativo mucho mayor que el estadístico F; el siguiente conjunto de variables que no han resultado iguales ha sido en el tercer bloque, que se refiere al contexto cultural del emprendedor ; luego en el cuarto y quinto bloques no aparecieron diferencias significativas entre los empresarios españoles y americanos; finalmente el último conjunto de variables donde ha habido diferencias significativas fue en el sexto bloque en el uso de tecnologías de la información y el Internet para la gestión empresarial.

Para dilucidar causas de las diferencias en los 3 conjuntos antes comentados de variables, en la tabla VII se presentan las medias y desviaciones estándar del conjunto de oportunidades que han llevado al empresario a crear una nueva empresa:

**Tabla VII. Medias y desviaciones estándar de las variables del conjunto de oportunidades que han llevado al empresario a crear su empresa.**

Variable	Datos España		Datos USA	
	Media	Desv. Estándar	Media	Desv. Estándar
Poner en práctica sus conocimientos y experiencias	4.00	1.01	4.47	0.89
Lograr un mejor estatus social	3.30	1.11	3.85	1.29
Tomar riesgos	2.57	1.12	3.99	1.15
Contribuir a la sociedad	3.14	1.05	4.23	0.91
Ganar más dinero siendo empresario	3.53	1.18	4.48	0.88
Ser como un empresario al que admira	2.41	1.16	3.92	1.32

Fuente: Elaboración propia

Se observa que los empresarios estadounidenses califican con mayor puntuación a las 6 variables que los españoles, siendo la mayor diferencia en tomar riesgos y ser como un empresario al que admiran.

Si se aplica análisis factorial al conjunto de las 6 variables para los datos de españoles y americanos, se encuentra que para los primeros se logra una solución factorial que no es satisfactoria, pues ninguna correlación entre las variables ha sido mayor de 0.30, el determinante de la matriz de correlaciones resultó 0.552, el coeficiente de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) de adecuación de la muestra es 0.575. Al rotar la solución con varimax, las variables se agrupan en dos factores, los cuales explican 54% de la varianza total. Con el primer factor se han agrupado las variables de lograr un mejor estatus social, ganar más dinero y ser como un empresario al que admiran, factor al que podríamos denominar “egocentrismo” y en el segundo factor se han agrupado las variables de poner en práctica sus conocimientos y contribuir a la sociedad, factor que podría llamarse “realización personal”. Por su parte la variable de tomar riesgos ha cargado casi por igual en ambos factores, por lo cual no se asigna a ninguno de ellos.

Por lo que respecta a los datos de los empresarios americanos, la solución factorial ha sido satisfactoria, ya que excepto una, todas las correlaciones entre pares de variables han sido mayores de 0.30, el determinante calculado con los coeficientes de la matriz de correlaciones fue 0.177 y el coeficiente de adecuación de la muestra KMO 0.795. Las 6 variables se han agrupado en un solo factor, el cual explica 50.58% de la varianza total.

Todo esto nos lleva a pensar que los americanos tienen mayor conciencia de su aportación como empresarios al desarrollo de la sociedad, quizás debido a que han tenido más tiempo de concientización de la importancia de su papel dentro de la economía de su país.

Para el siguiente conjunto donde ha habido diferencias significativas, que se refiere al contexto cultural del empresario, las medias y desviaciones estándar de los empresarios se presenta en la tabla VIII:

**Tabla VIII. Medias y desviaciones estándar de las variables del contexto cultural con el que se identifica el empresario.**

Variable	Datos España		Datos USA	
	Media	Desv.	Media	Desv.

		Estándar		Estándar
Deseo de independencia	2.52	1.22	4.27	1.12
Estar inconforme con su situación personal	3.02	1.21	3.02	1.52
Tener la necesidad de controlar	3.01	1.16	3.39	1.38
Ser individualista	3.12	1.28	3.89	1.25
Realizarse como persona	2.24	1.24	4.56	0.83
Tener certeza de sus acciones	2.35	1.14	4.44	0.99
Tener incertidumbre en sus decisiones	3.20	1.11	2.59	1.39
Tener iniciativa propia	2.33	1.32	4.56	0.73
Desarrollar su ingenio	2.36	1.37	4.56	0.73

Fuente: Elaboración propia

En estas variables los americanos han puntuado más alto en su deseo de independizarse, ser individualistas, desear realizarse como personas, tener certeza de sus acciones, tener iniciativa propia y desarrollar su ingenio, mientras que los españoles se identificaron más con la incertidumbre en sus decisiones. También es notorio el hecho que a pesar de tener mayores puntuaciones los americanos, las desviaciones estándar de las variables son por lo general menores, lo cual habla que hay mayor dispersión de los datos de los españoles que los de los americanos.

Al efectuar el análisis factorial al conjunto de variables de los españoles, la solución ha sido apenas aceptable, pues de las 36 correlaciones entre las variables, 21 han sido menores de 0.30, sin embargo, el determinante de dicha matriz ha sido 0.04 y el coeficiente KMO 0.808 y dos de las nueve variables han resultado con comunalidades menores de 0.40. Al rotar la solución factorial con varimax, resultan dos factores que explican el 57.43% de la varianza total. De la agrupación de las variables, en el primer factor han quedado la realización personal, la certeza de sus acciones, tener iniciativa propia y desarrollar su ingenio, aspectos que están relacionados con “la realización personal”, mientras que en el segundo factor han cargado alto estar inconforme con su situación personal, la necesidad de controlar, ser individualista y tener incertidumbre en las decisiones, aspectos que se relacionan con “inconformidad e incertidumbre”. La variable del deseo de independencia ha cargado casi igual en ambos factores, por lo cual no se ha agrupado en ninguno de ellos.

Al hacer el mismo ejercicio estadístico con la información de los empresarios americanos, la solución factorial es también apenas satisfactoria, ya que sólo 15

correlaciones han sido mayores de 0.30, el determinante de la matriz de correlaciones es 0.059, el coeficiente KMO 0.712 y sólo una de las 9 variables resultó con comunalidad menor a 0.5. La solución consta de 3 factores, los cuales explican 66% de la varianza total. Al rotar con varimax, las variables se agrupan de la siguiente manera: en el primer factor quedan la realización personal, tener iniciativa propia y desarrollar su ingenio, por lo cual dicho factor es casi equivalente al primero de los españoles; en el segundo factor se agrupan la inconformidad con su situación personal, la necesidad de controlar y ser individualista, por lo cual también es muy parecido al segundo factor de la solución factorial de los españoles; finalmente en el tercer factor se agruparon el deseo de independizarse y tener certeza de sus acciones, que sería la diferencia respecto a los datos de los empresarios españoles, además que en ambas variables los estadounidenses les han dado una puntuación significativamente mayor que la de los españoles, lo cual nos invita a pensar que el americano tiende a ser más independiente que el español.

Finalmente el tercer conjunto de variables donde ha habido diferencias entre los empresarios ha sido en el bloque de estrategias de gestión, en el conjunto de variables del uso del Internet y la tecnología de la información, cuyas medias y desviaciones estándar se muestran en la tabla siguiente:

**Tabla IX. Medias y desviaciones estándar de las variables del uso de Internet y tecnología de la información.**

Variable	Datos España		Datos USA	
	Media	Desv. Estándar	Media	Desv. Estándar
¿Dispone de correo electrónico?	1.12	0.33	1.70	0.46
¿Tiene página web?	1.37	0.49	1.36	0.48
¿Mantiene relaciones por internet con clientes y proveedores?	1.20	0.40	1.42	0.50
¿Hace mercadotecnia por internet?	1.44	0.50	1.35	0.50

Fuente: Elaboración propia

En estas variables la codificación fue 1 para una respuesta positiva y 2 para negativa, por lo cual un valor mayor apunta hacia el lado negativo en el uso de la tecnología y el Internet. Al observar las medias, se aprecia que los americanos disponen menos del correo electrónico y mantienen menos relaciones vía Internet con clientes y

proveedores que los españoles, sin embargo, hacen más mercadotecnia por este medio.

Al aplicar el análisis factorial al conjunto de datos de los empresarios españoles, todas las correlaciones entre pares de variables han sido mayores de 0.40, el determinante de la matriz de correlaciones fue 0.192, el coeficiente KMO 0.721 y todas las comunalidades han sido mayores de 0.5, indicadores que muestran que la solución factorial es aceptable. Todas las variables se agrupan en torno a un solo factor, el cual explica 65.2% de la varianza total.

Por lo que toca a los datos de los empresarios americanos, el análisis factorial ha sido apenas aceptable, pues hay una correlación menor de 0.4, el determinante de la matriz de correlación es 0.326, el coeficiente KMO 0.729 y todas las comunalidades de las variables fueron mayores de 0.5. Asimismo todas las variables se han agrupado en un factor, el cual explica 60.2% de la varianza total.

### **Conclusiones**

Los resultados del estudio comparativo confirman parte de la información encontrada en el GEM.

Los empresarios españoles tienen mayor formación universitaria que sus homólogos americanos y participan en menor proporción las mujeres españolas que las estadounidenses.

Los nuevos empresarios americanos son en promedio de mayor edad y con mayor rango de edades que los españoles y tienen más antigüedad sus empresas.

La variedad de los sectores por empresa también es mayor en Estados Unidos que en España, lo cual tiene que ver con la cantidad y tipos de apoyos que reciben del gobierno federal de su país.

En cuanto a las variables endógenas del empresario, ha habido diferencias, pues los americanos son más propensos a correr riesgos y a tomar como modelo a otros empresarios a quienes consideran exitosos, lo cual se genera por las diferencias culturales entre las dos naciones.

En cuanto a las variables exógenas, los americanos también superan a los españoles, excepto en el grado de incertidumbre al tomar decisiones, lo cual se debe a que éstos

reciben menos apoyos oficiales y de asesoría por parte del gobierno comparados con su contraparte estadounidense.

También se han encontrado diferencias en lo referente al uso del Internet y los medios electrónicos para hacer negocio entre españoles y americanos, usando éstos en mayor medida la tecnología con fines de mercadeo. Sin embargo, los españoles superan a los americanos en hacer negocios por Internet y utilizar el correo electrónico con sus clientes y proveedores, lo cual podría asociarse al hecho que los emprendedores españoles cuentan con el sistema de información multiterritorial Andalucía (SIMA).

Dado que las nuevas empresas desde su inicio se enfrentan a una diversidad de problemáticas que influyen en su desarrollo, requieren de más apoyos y atención en su primera etapa por parte de sector social y público, en aspectos como el financiamiento y su formación para que en la etapa de madurez puedan responder a las demandas sociales y productivas, lo cual tiene una gran importancia estratégica para lograr una transformación productiva en cualquier país. No es fácil crear nuevas empresas, por lo cual los gobiernos deben apoyar decididamente su formación y consolidación, en aspectos como facilitar financiamientos baratos, la formación personal del emprendedor, el establecimiento de estímulos fiscales y el acceso a nuevas tecnologías.

La opinión de los emprendedores se convierte en una fuente fiel del impacto del desarrollo emprendedor en cada uno de los países aquí analizados respecto a las variables endógenas y exógenas como son: su formación empresarial, la aplicación de estrategias de dirección, gestión y financiamiento, la pertinencia de las necesidades sociales y productivas de la sociedad. Diferentes iniciativas en el campo del desarrollo emprendedor han compartido el objetivo de investigar la actividad emprendedora como es el del Banco Interamericano de desarrollo y el Global Entrepreneurship Monitor. Esta retroalimentación no sólo ofrece un diagnóstico de cómo se presenta el desarrollo emprendedor, sino que contribuye significativamente al conocimiento de la conducta del emprendedor.

Por esto es de sumo interés buscar las características que hacen al buen empresario, con la finalidad de emprender acciones de formación que repercutan en un mejor



funcionamiento y operación de las pequeñas y medianas empresas, las cuales aportan un gran porcentaje del producto interno bruto de la mayoría de las naciones.

Conscientes de esto, naciones como España y Estados Unidos han implementado una serie de apoyos gubernamentales para fortalecer a las pymes, lo cual por desgracia no sucede en nuestro país, ya que el gobierno no ha establecido políticas dirigidas al nuevo empresario, ni tampoco les ha facilitado el acceso a la incubación de nuevas tecnologías, lo cual repercute negativamente en los sectores sociales y productivos.

En el caso concreto del sector agrícola, nuestro país tiene una gran oportunidad de apoyar al campo mediante la incorporación de nuevas tecnologías, que permitan potenciar la productividad a niveles notablemente mayores.

En este estudio se ha efectuado la comparación de los empresarios españoles y americanos citados, a fin de encontrar las diferencias significativas que expliquen la actuación y comportamiento de unos y otros.

A medida que se conozcan las características personales y del medio que rodea al emprendedor, podrán definirse acciones estratégicas que coadyuven en el establecimiento de políticas y programas de formación con este fin.

Para estudios posteriores sería de gran interés incluir a empresarios mexicanos, con la finalidad de encontrar sus fortalezas y debilidades, las cuales permitirán idear estrategias y acciones que lleven a la mejora en su gestión, así como a la definición del tipo de apoyos que sean más pertinentes por parte del sector oficial.

La creación en México de observatorios de pequeñas y medianas empresas, donde están involucradas instituciones de educación superior, debe ser un gran apoyo para este propósito, que esperamos se constituya en un promotor del desarrollo económico de nuestro país.

## **Bibliografía**

Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento/ Banco Mundial. (2004). *Informe sobre el desarrollo mundial; un mejor clima de inversión para todos*. Colombia,

Coedición del Banco Mundial, Mundi-Prensa Libros, S. A. y Alfaomega Colombiana, S. A.

Basave, J., Dabat, A., Morera, C., Rivera Ríos, M. A. y Rodríguez, F. (2002). *Globalización y alternativas incluyentes para el siglo XXI*. México. Colección Jesús Silva Herzog, Editorial Porrúa.

Delors, Jacques. (1993). *La Educación encierra un Tesoro*. Informe a la UNESCO de la Comisión Internacional sobre la Educación para el Siglo XXI. Ediciones UNESCO. Disponible en: [http://www.unesco.org/delors/delors\\_s.pdf](http://www.unesco.org/delors/delors_s.pdf).

Global Entrepreneurship Monitor, (2006). Informe Ejecutivo 2006, Andalucía, Universidad de Cádiz, Servicio de publicaciones, Cádiz, España.

Global Entrepreneurship Monitor, (2007). Reporte Ejecutivo 2007, Disponible en: <http://www.iae.edu.ar/iaehoy/Documents/GEM%202007%20Resumen%20Ejecutivo%20Prensa%204.pdf>

Global Entrepreneurship Monitor, (2008). Reporte Ejecutivo 2006-2007, Babson College Public Relations Department, United States. Disponible en: <http://www.gemconsortium.org/document.aspx?id=823>

Lacomba, J. (2006). *Historia contemporánea de Andalucía, España*. Editorial Almuzara, España.

U. S. Census Bureau. (2006). *Population estimates*. Disponible en: <http://www.census.gov/popest/estimates.php>.