

# INVESTIGACIÓN LATINOAMERICANA EN COMPETITIVIDAD ORGANIZACIONAL

## ESQUEMA DE CRECIMIENTO Y DESARROLLO DE LAS MICROEMPRESAS A PARTIR DE LAS NUEVAS FORMAS DE CONSUMO DENTRO DEL MUNICIPIO DE LERMA, ESTADO DE MÉXICO

M. en F. D. Irac Estrada Gutiérrez<sup>1</sup>

Dra. en A. Midiam Mariana Maldonado Martínez<sup>2</sup>

M. en C.LV. Joel Pérez Madrid<sup>3</sup>

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Irac Estrada Gutiérrez, Midiam Mariana Maldonado Martínez y Joel Pérez Madrid (2021): "Esquema de crecimiento y desarrollo de las microempresas a partir de las nuevas formas de consumo dentro del municipio de Lerma, estado de México", Revista de Investigación latinoamericana en competitividad organizacional RILCO, n. 9 (febrero 2021). En línea:

<https://www.eumed.net/es/revistas/rilco/9-febrero21/crecimiento-desarrollo-microempresas>

### Resumen

Ante la situación de crecimiento económico nulo en el país, es imperante voltear hacia las nuevas ideas de negocios, las estrategias de marketing y, sobre todo, las expectativas que las microempresas tienen de cara al panorama actual. Así pues, en el municipio de Lerma las microempresas que en su mayoría se dedican a la venta al por menor, tienen el compromiso de identificar y satisfacer las necesidades de su población. Especialmente, en la cabecera municipal y localidades aledañas, las empresas y los consumidores concuerdan que es una responsabilidad compartida el lograr sacar a flote la economía; contribuyendo así al desarrollo local y dando pauta al desarrollo sustentable. Uno de los cambios más notables en el consumo de los Lermenses es la concientización hacia el consumo en los pequeños negocios, comprar alimentos que se siembran en el mismo municipio e incluso, adquirir bienes muebles que se elaboran dentro de la región. Contextualizando dentro del desarrollo local y *sustentable*. Dicho lo anterior, el presente trabajo es el reflejo de las ideas, estrategias y expectativas que tienen las empresas y los consumidores en el mismo municipio donde buscan un fin común de responsabilidad social y sustentable que salvaguarde el contexto económico de la región. Por lo que el estudio que se presenta

<sup>1</sup> iracestrada@gmail.com, Universidad Tecnológica del Valle de Toluca / Universidad Autónoma del Estado de México

<sup>2</sup> midiam.maldonado@gmail.com, Universidad Autónoma del Estado de México

<sup>3</sup> jopemad@hotmail.com, Universidad Tecnológica del Valle de Toluca

es un estudio transeccional, descriptivo con enfoque mixto; en donde las fuentes de información son fuentes primarias y secundarias.

Palabras clave: Desarrollo local, crecimiento, microempresas, consumo local

## **SCHEME OF GROWTH AND DEVELOPMENT OF MICRO-ENTERPRISES BASED ON NEW FORMS OF CONSUMPTION WITHIN THE MUNICIPALITY OF LERMA, STATE OF MEXICO**

### **Summary**

Given the situation of zero economic growth in the country, it is imperative to turn to new business ideas, marketing strategies and, above all, the expectations that micro-businesses have in the face of the current situation. Thus, in the municipality of Lerma, the micro-businesses that are mostly engaged in retail sales, are committed to identifying and meeting the needs of their population. Especially, in the municipal seat and neighboring towns, companies and consumers agree that it is a shared responsibility to get the economy afloat; thus contributing to local development and guiding sustainable development. One of the most notable changes in the consumption of Lermenses is the awareness of consumption in small businesses, buying food that is planted in the same municipality and even purchasing personal property that is made within the region. Contextualizing within local and sustainable development. That said, this work is a reflection of the ideas, strategies and expectations that companies, and consumers have in the same municipality where they seek a common goal of social and sustainable responsibility that safeguards the economic context of the region. So the study presented is a cross-sectional, descriptive study with a mixed approach; where the information sources are primary and secondary sources.

Key words: Local development, growth, micro-businesses, local consumption

## Introducción

A través del tiempo, los países industrializados relacionaron la idea de poderío con la de crecimiento económico. Especialmente se tuvo gran interés por identificar los factores generadores de riqueza y por el control de las fuerzas productivas. Sin embargo, los daños colaterales provocados por la Segunda Guerra Mundial hicieron necesaria una reestructuración económica que permitiera volver a planear la producción y el orden social (Böcker, 2005).

En consecuencia, la percepción que se tenía sobre el crecimiento económico dio origen a la idea del desarrollo; la cual, puso a prueba tanto a los países industrializados como a los no industrializados. Muestra de ello, fue que, en los ochenta del siglo pasado, las grandes empresas se empezaron a deslocalizar y, éstas mismas adoptaron un modelo de producción flexible que permitió incluso, que las microempresas cobraran importancia en el papel de la economía (Conferencia Internacional del Trabajo, 2007).

Así pues, México fue uno de los países que albergaron esas empresas que se deslocalizaron y, que permitieron que hoy su territorio sea reconocido por sus recursos y sobre todo, por el valor agregado que dan las microempresas al país.

En este sentido y frente al panorama actual de crecimiento económico nulo que amenaza la permanencia de las microempresas en México, el presente estudio pretende ser punta de lanza para que las microempresas del municipio de Lerma logren a través de un esquema, identificar las oportunidades que les brinda su mismo territorio; partiendo de su población, instituciones u organizaciones e incluso visitantes.

## Metodología

El estudio se desarrolló bajo una investigación mixta enfocada a las microempresas del municipio de Lerma, estado de México. Específicamente se tomaron microempresas de la cabecera municipal y sus zonas aledañas como San Mateo Atarasquillo, Santa María Atarasquillo, San Miguel Ameyalco, Colonia Álvaro Obregón, entre otras; donde la población de microempresas de esta zona es de 6,171 unidades económicas y calculada la muestra con un nivel de confianza del 90%, resultaron 64 microempresas el objeto de estudio.

Por su parte, el tipo de consumidor que se decidió fuera objeto de estudio fueron personas que representaran el territorio. Para ello, se consideró una muestra no probabilística donde se entrevistaron (por situaciones de contingencia) a seis personas. Dichas personas se identifican por ser pares del sexo femenino y masculino. Dos de los seis tienen una edad promedio de 19 años; otros dos de 35 años y los últimos dos mayores de 60 años. Todos ellos manifestaron realizar sus compras en la misma región.

En otro sentido, atendiendo las necesidades de crecimiento y desarrollo, se aplicó una encuesta basada en la metodología del desarrollo local propuesto por la Comisión Económica para

América Latina y el Caribe (CEPAL) en donde se distinguen hasta el momento dos de las cinco etapas de la metodología y que son: la de diagnóstico y la de vocación -cada una de estas etapas con sus respectivas singularidades-. Asimismo, se consideraron las ideas, estrategias y expectativas que tienen las empresas y los consumidores del municipio, como pilares fundamentales para identificar las oportunidades de crecimiento y desarrollo de las microempresas del mismo municipio.

Dicho lo anterior, el presente trabajo es el reflejo del desafío que tienen las microempresas y los consumidores del municipio respecto a la planeación a nivel local y las esperanzas que se tienen por mejorar la calidad de vida.

### **Desarrollo del tema**

La concepción histórica sobre el poder económico de un país ha involucrado una serie de factores críticos dentro del pensamiento económico. En principio, por qué algunos países crecían más que otros, fue una de las preguntas a la que los estudiosos de la economía trataron de dar respuesta a través de la teoría clásica del crecimiento, que explicaba, que la acumulación de los factores productivos (capital y trabajo en la teoría moderna del crecimiento), permitía el crecimiento económico de los países (Jones, 1998).

El escenario económico dominado por las actividades y los procesos productivos de las grandes empresas fue vigente hasta la década de los setenta. Posterior a ello, la década siguiente fue un parteaguas en cuestión de crecimiento y desarrollo económico, gracias a la proliferación de estudios sistémicos basados en las nuevas teorías de crecimiento (Cardona, Zuluaga, Cano, & Gómez, 2000).

En consecuencia, la necesidad de considerar a lo local como una alternativa hacia la bonanza económica, fue, una idea que cobró relevancia dado que, de manera empírica, la noción del crecimiento económico centrado en los grandes agregados macroeconómicos marginaba la vocación, las singularidades e incluso, a la población y otros factores intrínsecos de los territorios (García, 2007).

En concordancia con lo anterior, se entiende que el desarrollo local es un proceso socioeconómico y cultural que persigue el bienestar de los actores del territorio (Casanova, 2004).

Al mismo tiempo, un factor primordial a considerar dentro de funcionamiento positivo del desarrollo local es el consumo, dado que, se puede inferir su relación con el crecimiento y el desarrollo -en particular, el presente estudio toma en cuenta únicamente al mercado de consumo inmediato de bienes y servicios.

Para tal caso, Águeda (2008) contextualiza al mercado de bienes y servicios de consumo inmediato como aquel mercado donde las cantidades ofertadas se ven superadas por la demanda del mercado y su consumidor se caracteriza por el tiempo tan corto en el que adquieren los

productos, su bajo conflicto en la decisión de compra y la percepción que estos sobre los atributos observables en el bien o servicio.

Amalgamando así las ideas de local y de consumo, se puede hacer referencia al consumo local el cual, de acuerdo con Gutiérrez (2015) argumenta que el consumo local es una herramienta social que permite al consumidor realizar una compra informada y que reacciona a al mejoramiento de la calidad de vida de los entes que interactúan en el territorio.

Otro factor importante por mencionar es que, de acuerdo con el gobierno mexicano, el mercado local permite la apertura a nuevos modelos de negocios, con el objetivo de garantizar y asegurar la cadena de suministros, la no dependencia del tipo de cambio e incluso, la disminución en el gasto y el mejoramiento de la calidad del bien, servicio y medio ambiente.

Asimismo, implícitamente este tipo de efectos permiten la construcción de vínculos sociales que requieren un cambio radical hacia un enfoque de responsabilidades sostenibles y sustentables por parte de los actores locales. Por ello, es que el presente estudio se enfoca a las microempresas del municipio de Lerma.

## **Diagnóstico**

Lerma es el municipio número 125 del Estado de México. Su localización privilegiada a una altitud cercana a 2,702.44 msnm permite distinguir su zona ecológica y sus provincias fisiológicas (Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI], 2017). Cuenta con una población total de 146,654 habitantes de los cuales el 48.47% son hombres y el 51.52% son mujeres. En conjunto, representan apenas el 0.90% de la población total del estado de México y su densidad promedio es de 635.4 habitantes por kilómetro cuadrado con un rezago social muy bajo (INEGI, 2015).

El rango promedio de edad de la población es de 26 años y su núcleo familiar se considera como tradicional; ya que está integrado por la madre, el padre y dos o tres hijos. De acuerdo con el INEGI (2018), el número de nacimientos registrados en 2017 fue de 2758, mientras que el número de defunciones para el mismo año fue de solo 712.

En la actualidad, el territorio se relaciona con la industria manufacturera y de servicios, que son altamente valoradas por su nivel de generación de empleos estables y por su capacidad de desarrollar prosperidad en las familias y localidades del territorio y de la región (Lerma, 2018).

De igual manera, dentro del municipio se desarrollan otras actividades económicas como lo son los servicios complementarios como hoteles, bancos, gasolineras, tiendas de conveniencia, plazas comerciales misceláneas, lonjas comerciales, papelerías, tiendas de regalos, talleres mecánicos y despachos jurídicos; así como el comercio de artículos industriales que se reparte entre las ferreterías, tlapalerías y materiales de construcción (Gaceta Municipal. Periódico oficial del gobierno municipal de Lerma, 2016).

Cabe mencionar que el número de empresas dentro del municipio en 2019 es de 7266 unidades económicas; de las cuales más del 90 por ciento son microempresas y que se destacan

por dedicarse a los sectores del comercio al por menor (37%), la industria manufacturera (5.8%), otros servicios no gubernamentales (3.2%), servicios de apoyo a los negocios y manejo de desechos y servicios de remediación (2.4%), servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas (1.9%) y, por último servicios financieros y de seguros (1.8%)(Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas [DENUE], 2018)

Como cierre al presente apartado, es necesario hacer referencia a que éste, únicamente describe el dinamismo poblacional y económico del municipio en un solo momento ya que pretende ser punto de referencia para el análisis y creación de estrategias de crecimiento y desarrollo de las microempresas del municipio de Lerma, a partir del desarrollo local. Asimismo, se concluye que el municipio de Lerma es una región con características territoriales exclusivas como lo es su ubicación y conexión con otros municipios, sus parques industriales, sus grandes extensiones de terreno no explotadas, su infraestructura, su crecimiento poblacional y especialización de la mano de obra.

### *Vocación*

Según la metodología de la CEPAL, la vocación no es una determinante en la actividad socioeconómica y cultural del territorio; sino más bien es una guía de su actuar, con base en su visión. Atendiendo esto, la vocación del territorio comprende el común denominador de comunidad.

Para determinar la vocación del territorio, el estudio se apoya de la matriz síntesis de vocación; la cual, considera los elementos básicos del diagnóstico y los contextualiza con base en la opinión de los actores locales -que en este caso fueron las microempresas y los consumidores opobladores-.

Referente a la matriz síntesis de vocación, esta está compuesta por cinco columnas; la primera de ellas relacionada con los grupos de trabajo, la segunda con los ejes temáticos, la tercera con las ventajas y desventajas de cada grupo de trabajo, la cuarto con la problemática y por último, la quinta que describe de manera simple los deseos de los actores locales en cuanto los grupos de trabajo.

A continuación la tabla 1.1 muestra la matriz síntesis de vocación, que representan los comentarios y opiniones generalizados de los actores locales del municipio a través de los los cinco grupos de trabajo: Fomento Productivo, Capital Humano, Ordenamiento Territorial y Desarrollo institucional.

Tabla 1.1. Matriz síntesis de vocación

<b>Grupo de trabajo</b>	<b>Eje temático</b>	<b>Ventajas</b>	<b>Problemas/restricciones</b>	<b>Deseos</b>
Fomento productivo	Estructura productiva	<ul style="list-style-type: none"> <li>Contribuye en la obtención de</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>El que una pyme cuente con la</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Promover el desarrollo económico</li> </ul>

		recursos	característica del rubro	
	Organización empresarial	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Correcto uso de los recursos y funciones precisas para el cumplimiento de los objetivos de una empresa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La interrupción de algunos de los elementos de orden de ejecución que comprometen el objetivo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Optimización de los recursos</li> </ul>
	Economía y demografía	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El análisis de la pirámide demográfica te permite evaluar la demanda que cada estrato requiere</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No siempre la pirámide demográfica muestra estrictamente la necesidad de cada estrato</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La formulación adecuada del planteamiento de un objetivo empresarial</li> </ul>
	Políticas de fomento	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incremento de la productividad económica</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Características de la actividad y/o rubro</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Concretar acciones y herramientas que impulsen la actividad de los sectores industriales.</li> </ul>
Capital humano	Políticas sociales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejora de la capacidad de integración de la población pobre y</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apertura de estas sociedades a integrar sus actividades económicas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Facilitar el aumento sostenible de sus ingresos</li> </ul>

		marginada		
	Educación y vivienda	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Priorizar la formación de habilidades que lo integren social y políticamente</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La empatía de el recurso para alcanzar el objetivo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dotar la capacidad personal para producir riqueza</li> </ul>
	Empleo, pobreza y salud	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Es una vía por la que se puede ofrecer asistencia social y garantizar la estabilidad económica y cubrir el ciclo productivo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificación de la necesidad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ofrecer protección a personas mas vulnerables garantizando la prosperidad y la estabilidad de las naciones</li> </ul>
	Participación ciudadana	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Permite la participación de la comunidad en manejo de los recursos y en las acciones que tienen el impacto en desarrollo de su comunidad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las perspectivas distintas y llegar a un consenso.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promover la participación democrática en el desarrollo de las actividades económicas</li> </ul>
Ordenamiento	Identidad territorial	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Permite diferenciarse</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bajo sentido de</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Que se distinguan</li> </ul>

territorial		de los demás condicionando o la apropiación de el espacio	pertenencia al territorio	como un territorio con riqueza sociocultural
	Posicionamiento del territorio	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gestión de recursos estatales y federales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Identidad y sentido de pertenencia hacia el territorio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Generar una identidad con base en la riqueza sociocultural del territorio</li> </ul>
	Sostenimiento	<ul style="list-style-type: none"> <li>Autosuficiencia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>La cantidad de recursos disponibles</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sostenibilidad y sustentabilidad</li> </ul>
Desarrollo institucional	Gestión Pública	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mejora de la relación estado - sociedad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Compromiso social y de gestión</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Atracción de recursos para el fomento y bienestar social</li> <li>Inversión</li> </ul>
	Presupuesto	<ul style="list-style-type: none"> <li>Distribución y asignación de los recursos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Inequidad en la distribución del recurso</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Asignación equitativa de recursos</li> <li>Apoyos a microempresas</li> </ul>
	Tejido institucional	<ul style="list-style-type: none"> <li>Comunicación e imagen territorial</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gestión</li> <li>Instituciones especializadas en los sectores</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Conglomeración de las instituciones a favor de la sociedad y de las</li> </ul>

				microempresas
--	--	--	--	---------------

Fuente: elaboración propia 2020

En síntesis, la vocación del municipio de Lerma está caracterizada por ser una región con alta concentración de unidades económicas dentro de la cabecera municipal y sus zonas aledañas. Teniendo en cuenta esto, se ha podido determinar que las actividades dedicadas al comercio al por menor tienen potencial para seguirse desarrollando como una labor prospera que brinde sostenimiento a las microempresas y los consumidores del municipio.

Es importante señalar que a pesar de su gran extensión territorial y sus zonas industriales, estos factores no son significativos para ser un motor de crecimiento y desarrollo -dentro de un contexto local-; aunque bien, no es una limitante para atraer mano de obra y turismo al denominado pueblo con encanto y con ello, encadenar el sector de servicios con el comercio de bienes; ya que la percepción que se tiene hacia el fomento y bienestar social así como a la inversión es positiva.

Por último, en cuanto a las nuevas tendencias de consumo y el crecimiento y desarrollo de las microempresas, se deja entre ver la necesidad de adoptar y adaptar estrategias de mercado que les permita ser competitivas; pero sobre todo, diferenciadas, generando mayor valor hacia el consumidor que demanda nuevos productos y prácticas de servicios.

## Conclusiones

- Los daños colaterales provocados por la Segunda Guerra Mundial hicieron necesaria una reestructuración económica que permitiera volver a planear la producción y el orden social.
- Las grandes empresas se empezaron a deslocalizar y, éstas mismas adoptaron un modelo de producción flexible que permitió incluso, que las microempresas cobraran importancia en el papel de la economía.
- El escenario económico dominado por las actividades y los procesos productivos de las grandes empresas fue vigente hasta la década de los setenta. Posterior a ello, la década siguiente fue un parteaguas en cuestión de crecimiento y desarrollo económico, gracias a la proliferación de estudios sistémicos basados en las nuevas teorías de crecimiento.
- Un factor primordial para considerar dentro de funcionamiento positivo del desarrollo local es el consumo, dado que, se puede inferir su relación con el crecimiento y el desarrollo.
- Mercado local permite la apertura a nuevos modelos de negocios, con el objetivo de garantizar y asegurar la cadena de suministros, la no dependencia del tipo de cambio e incluso, la disminución en el gasto y el mejoramiento de la calidad del bien, servicio y medio ambiente.

- Lerma es una región con características territoriales exclusivas como lo es su ubicación y conexión con otros municipios, sus parques industriales, sus grandes extensiones de terreno no explotadas, su infraestructura, su crecimiento poblacional y especialización de la mano de obra.

## Bibliografía

- Angulo, S. (27 de Junio de 2016). *Manufactura*. Recuperado el 28 de Noviembre de 2017, de Manufactura: <http://www.manufactura.mx/industria/2016/07/27/deslocalizar-fabricas-de-mexico-a-eu>
- Bando Municipal de Lerma. (03 de Febrero de 2016). *Bando Municipal de Lerma 2016*. Recuperado el 15 de Agosto de 2018, de [http://www.lerma.gob.mx/wp-content/uploads/docs-pages/bando\\_municipal\\_17.pdf](http://www.lerma.gob.mx/wp-content/uploads/docs-pages/bando_municipal_17.pdf)
- Berumen, S. A., & Arriaza, K. (2006). *Estructura económica de la Unión Europea*. España: ESIC Editorial.
- Böcker, R. (2005). Desarrollo económico local. *FACES*, 18.
- Cámara de Gipuzkoa. (2005). *El fenómeno de la deslocalización: Propuesta de acciones para minimizar sus efectos*. Madrid: Gamberak.
- Cárdenas, N. (2002). El desarrollo local su conceptualización y proceso. *Provincia*, 53-98.
- Cardona, M., Zuluaga, F., Cano, C., & Gómez, C. (2000). *Diferencias y similitudes en las teorías del crecimiento económico*. México: Juan Carlos Martínez Coll.
- Casanova, F. (2004). *Desarrollo local, tejidos productivos. Abordajes alternativos para la formación y el trabajo de los jóvenes*. Montevideo: CINTERFOR.
- [CEPAL], C. E. (01 de 2012 de 2012). *Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL]*. Obtenido de CEPAL: <https://www.cepal.org/es/publicaciones/5518-metodologia-la-elaboracion-estrategias-desarrollo-local>
- Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social [CONEVAL]. (Octubre de 2018). *CONEVAL*. Obtenido de Nivel de rezago social: <http://www.beta.inegi.org.mx/app/mapa/espacioydatos/>
- Cuéllar, Ó., & Moreno, F. (mayo de 2009). *Scielo*. Recuperado el 12 de septiembre de 2018, de Scielo: <http://www.scielo.org.mx/pdf/soc/v24n70/v24n70a4.pdf>
- Diario Oficial de la Federación [DOF]. (30 de Junio de 2009). *Diario Oficial de la Federación*. Obtenido de [http://dof.gob.mx/nota\\_detalle.php?codigo=5096849&fecha=30/06/2009](http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5096849&fecha=30/06/2009)
- Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas [DENUE]. (Junio de 2018). *DENUE*. Obtenido de <http://www.beta.inegi.org.mx/app/denue/>
- Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas [DENUE]. (17 de Octubre de 2018). *DENUE*. Obtenido de <http://www.beta.inegi.org.mx/app/mapa/denue/>

- Fernández, J. (2006). *Principios de política económica: ejercicios de test y cuestiones resueltas*. Madrid: Delta Publicaciones.
- Flores, C., Padilla, A., & Martínez, J. C. (2006). La economía Virtudes e inconvenientes Mual básico para no economistas. En C. Flores, A. Padilla, & J. C. Martínez, *La economía Virtudes e inconvenientes Mual básico para no economistas* (pág. 450). Chile: RIL editores.
- Furtado, C. (2006). *Teoría y política del desarrollo económico*. México: Siglo xxi.
- Gaceta Municipal. Periódico oficial del gobierno municipal de Lerma. (2016). Plan de desarrollo del municipio de Lerma. Administración 2016 - 2018. Lerma, Estado de México, México: Gaceta Municipal. Periódico oficial del gobierno municipal de Lerma.
- Google. (Noviembre de 2018). *Imágenes del municipio de Lerma*. Obtenido de [https://www.google.ca/search?biw=1366&bih=577&tbn=isch&sa=1&ei=E2glXNu-J8LQ9AOqyo\\_YDQ&q=lmanegens+del+municipio+de+lerma&oq=lmanegens+del+municipio+de+lerma&gs\\_l=img.3...426612.437839..438133...4.0..2.189.3025.32j5.....2....1..gws-wiz-img.....0..0j35i39j](https://www.google.ca/search?biw=1366&bih=577&tbn=isch&sa=1&ei=E2glXNu-J8LQ9AOqyo_YDQ&q=lmanegens+del+municipio+de+lerma&oq=lmanegens+del+municipio+de+lerma&gs_l=img.3...426612.437839..438133...4.0..2.189.3025.32j5.....2....1..gws-wiz-img.....0..0j35i39j)
- Gutiérrez, L. A. (13 de 2015 de 2015). *IMPLAN*. Obtenido de IMPLAN: <http://www.trcimplan.gob.mx/blog/consumo-local-alternativa-ciudad-competitiva.html>
- Instituto de Información e Investigación Geográfica, Estadística y Catastral del Estado de México [IGECEM]. (2017). *IGECEM*. Recuperado el 19 de Agosto de 2018, de [https://igecem.edomex.gob.mx/sites/igecem.edomex.gob.mx/files/files/ArchivosPDF/Productos-Estadisticos/Indole-Economica/PIB/PIBM\\_2017\\_VF.pdf](https://igecem.edomex.gob.mx/sites/igecem.edomex.gob.mx/files/files/ArchivosPDF/Productos-Estadisticos/Indole-Economica/PIB/PIBM_2017_VF.pdf)
- Instituto Mexicano para la Competitividad. (18 de 01 de 2017). *Instituto Mexicano para la Competitividad*. Obtenido de <http://www.imco.org.mx/conoce-imco/>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI]. (15 de Marzo de 2015). *INEGI*. Obtenido de <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/accesomicrodatos/encuestas/hogares/especiales/ei2015/presentacion.aspx>
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática [INEGI]. (Julio de 2017). *ENAPROCE*. Obtenido de <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/encuestas/establecimientos/otras/enaproce/default.aspx>
- INEGI. (2017). *Anuario estadístico y geográfico de México 2017*. Obtenido de Anuario estadístico y geográfico de México 2017: [http://internet.contenidos.inegi.org.mx/contenidos/Productos/prod\\_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva\\_estruc/anuarios\\_2017/702825094706.pdf](http://internet.contenidos.inegi.org.mx/contenidos/Productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva_estruc/anuarios_2017/702825094706.pdf)
- Instituto Nacional del Emprendedor [INE]. (18 de Julio de 2016). *INADEM impulsa la actividad productiva de pequeños comerciantes en Veracruz*. Obtenido de INADEM: <https://www.inadem.gob.mx/inadem-impulsa-la-actividad-productiva-de-pequenos-comerciantes-en-veracruz/>

- Instituto Nacional del Emprendedor [INE]. (16 de Mayo de 2018). *Blog Emprendedor*. Obtenido de <https://www.inadem.gob.mx/emprendedores-mexicanos-concretan-negocios-en-hannover-messe/>
- International Finance Corporation [IFC]. (2013). *Assessing private sector contributions to job creation and poverty reduction*. New York: IFC.
- Intituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI]. (Noviembre de 2018). *INEGI Espacio y Datos*. Obtenido de <http://www.beta.inegi.org.mx/app/mapa/espacioydatos/>
- Jones, H. (1998). *Introducción a las teorías modernas del crecimiento económico*. Barcelona: Bosch, Casa Editorial S.C.
- Krugman, P., & Wells, R. (2007). *Introducción a la economía: microeconomía*. Barcelona: Reverté S.A.
- Conferencia Internacional del Trabajo. (2007). *La promoción de las empresas sostenibles*. Ginebra: Oficina Internacional del Trabajo [OIT].
- Organización Internacional del Trabajo [OIT]. (9 de Octubre de 2017). *Perspectivas sociales y del empleo en el mundo: Empresas sostenibles y empleo*. Obtenido de OIT: [http://www.ilo.org/global/about-the-ilo/newsroom/news/WCMS\\_580267/lang--es/index.htm](http://www.ilo.org/global/about-the-ilo/newsroom/news/WCMS_580267/lang--es/index.htm)
- Organización Internacional del Trabajo. (9 de Octubre de 2017). *Organización Internacional del Trabajo*. Obtenido de *Perspectivas sociales y del empleo en el mundo: Empresas sostenibles y empleo*: [http://www.ilo.org/global/about-the-ilo/newsroom/news/WCMS\\_580267/lang--es/index.htm](http://www.ilo.org/global/about-the-ilo/newsroom/news/WCMS_580267/lang--es/index.htm)
- Organización Internacional del trabajo. (4 de Junio de 2018). *Informe 2017*. Obtenido de <http://www.ilo.org/global/publications/lang--es/index.htm>
- Organización Mundial de Comercio [OMC]. (Mayo de 2018). *Organización Mundial de Comercio*. Obtenido de <https://www.wto.org/indexsp.htm>
- Pérez, B., & Carrillo, E. (2000). *Desarrollo local: manual de usos*. Madrid: ESIC.
- Puig, T. (2009). *Marca Ciudad; Cómo rediseñarla para asegurar un futuro espléndido para todos*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Sala I Martin, X. (2000). *Apuntes del crecimiento económico*. Madrid: Antoni Bosh.
- Secretaría de Economía [SE]. (23 de Mayo de 2018). *Secretaría de Economía*. Obtenido de <https://www.gob.mx/se/#572>
- Solórzano, V. (2002). *Historia*. México: Progreso S.A de C.V.
- Toro, E. (24 de Marzo de 2013). *La razón. El financiero*. Obtenido de *Pymes enfrentan diez problemas para impulsar el desarrollo local*: [http://www.la-razon.com/index.php?url=/suplementos/financiero/Pymes-enfrentan-problemas-impulsar-desarrollo\\_0\\_1801020016.html](http://www.la-razon.com/index.php?url=/suplementos/financiero/Pymes-enfrentan-problemas-impulsar-desarrollo_0_1801020016.html)