



**Elói Martins Senhoras**

(Organizador)

# ECONOMIA:

GLOBALIZAÇÃO E DESENVOLVIMENTO



**Elói Martins Senhoras**

(Organizador)

# ECONOMIA:

GLOBALIZAÇÃO E DESENVOLVIMENTO

**Editora chefe**

Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

**Editora executiva**

Natalia Oliveira

**Assistente editorial**

Flávia Roberta Barão

**Bibliotecária**

Janaina Ramos

**Projeto gráfico**

Natália Sandrini de Azevedo

Camila Alves de Cremo

Luiza Alves Batista

Maria Alice Pinheiro

**Imagens da capa**

iStock

**Edição de arte**

Luiza Alves Batista

2021 by Atena Editora

Copyright © Atena Editora

Copyright do texto © 2021 Os autores

Copyright da edição © 2021 Atena Editora

Direitos para esta edição cedidos à Atena Editora pelos autores.

Open access publication by Atena Editora



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição *Creative Commons*. Atribuição-Não-Comercial-NãoDerivativos 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0).

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores, inclusive não representam necessariamente a posição oficial da Atena Editora. Permitido o *download* da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Todos os manuscritos foram previamente submetidos à avaliação cega pelos pares, membros do Conselho Editorial desta Editora, tendo sido aprovados para a publicação com base em critérios de neutralidade e imparcialidade acadêmica.

A Atena Editora é comprometida em garantir a integridade editorial em todas as etapas do processo de publicação, evitando plágio, dados ou resultados fraudulentos e impedindo que interesses financeiros comprometam os padrões éticos da publicação. Situações suspeitas de má conduta científica serão investigadas sob o mais alto padrão de rigor acadêmico e ético.

**Conselho Editorial**

**Ciências Humanas e Sociais Aplicadas**

Prof. Dr. Alexandre Jose Schumacher – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Paraná

Prof. Dr. Américo Junior Nunes da Silva – Universidade do Estado da Bahia

Profª Drª Andréa Cristina Marques de Araújo – Universidade Fernando Pessoa

Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná

Prof. Dr. Antonio Gasparetto Júnior – Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais

Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília

Prof. Dr. Arnaldo Oliveira Souza Júnior – Universidade Federal do Piauí  
Prof. Dr. Carlos Antonio de Souza Moraes – Universidade Federal Fluminense  
Prof. Dr. Crisóstomo Lima do Nascimento – Universidade Federal Fluminense  
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa  
Prof. Dr. Daniel Richard Sant’Ana – Universidade de Brasília  
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia  
Profª Drª Dilma Antunes Silva – Universidade Federal de São Paulo  
Prof. Dr. Edvaldo Antunes de Farias – Universidade Estácio de Sá  
Prof. Dr. Elson Ferreira Costa – Universidade do Estado do Pará  
Prof. Dr. Eloi Martins Senhora – Universidade Federal de Roraima  
Prof. Dr. Gustavo Henrique Cepolini Ferreira – Universidade Estadual de Montes Claros  
Prof. Dr. Humberto Costa – Universidade Federal do Paraná  
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionale delle Figlie de Maria Ausiliatrice  
Prof. Dr. Jadson Correia de Oliveira – Universidade Católica do Salvador  
Prof. Dr. José Luis Montesillo-Cedillo – Universidad Autónoma del Estado de México  
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense  
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins  
Prof. Dr. Luis Ricardo Fernandes da Costa – Universidade Estadual de Montes Claros  
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte  
Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Pontifícia Universidade Católica de Campinas  
Profª Drª Maria Luzia da Silva Santana – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul  
Prof. Dr. Miguel Rodrigues Netto – Universidade do Estado de Mato Grosso  
Prof. Dr. Pablo Ricardo de Lima Falcão – Universidade de Pernambuco  
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Profª Drª Rita de Cássia da Silva Oliveira – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Prof. Dr. Rui Maia Diamantino – Universidade Salvador  
Prof. Dr. Saulo Cerqueira de Aguiar Soares – Universidade Federal do Piauí  
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará  
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande  
Profª Drª Vanessa Ribeiro Simon Cavalcanti – Universidade Católica do Salvador  
Prof. Dr. William Cleber Domingues Silva – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro  
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

## Economia: globalização e desenvolvimento

**Diagramação:** Maria Alice Pinheiro  
**Correção:** Flávia Roberta Barão  
**Indexação:** Gabriel Motomu Teshima  
**Revisão:** Os autores  
**Organizador:** Elói Martins Senhoras

### Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

E19 Economia: globalização e desenvolvimento / Organizador Elói Martins Senhoras. – Ponta Grossa - PR: Atena, 2021.

Formato: PDF  
Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader  
Modo de acesso: World Wide Web  
Inclui bibliografia  
ISBN 978-65-5983-555-3  
DOI: <https://doi.org/10.22533/at.ed.553210710>

1. Economia. I. Senhoras, Elói Martins (Organizador). II. Título.

CDD 330

Elaborado por Bibliotecária Janaina Ramos – CRB-8/9166

**Atena Editora**  
Ponta Grossa – Paraná – Brasil  
Telefone: +55 (42) 3323-5493  
[www.atenaeditora.com.br](http://www.atenaeditora.com.br)  
[contato@atenaeditora.com.br](mailto:contato@atenaeditora.com.br)

## DECLARAÇÃO DOS AUTORES

Os autores desta obra: 1. Atestam não possuir qualquer interesse comercial que constitua um conflito de interesses em relação ao artigo científico publicado; 2. Declaram que participaram ativamente da construção dos respectivos manuscritos, preferencialmente na: a) Concepção do estudo, e/ou aquisição de dados, e/ou análise e interpretação de dados; b) Elaboração do artigo ou revisão com vistas a tornar o material intelectualmente relevante; c) Aprovação final do manuscrito para submissão.; 3. Certificam que os artigos científicos publicados estão completamente isentos de dados e/ou resultados fraudulentos; 4. Confirmam a citação e a referência correta de todos os dados e de interpretações de dados de outras pesquisas; 5. Reconhecem terem informado todas as fontes de financiamento recebidas para a consecução da pesquisa; 6. Autorizam a edição da obra, que incluem os registros de ficha catalográfica, ISBN, DOI e demais indexadores, projeto visual e criação de capa, diagramação de miolo, assim como lançamento e divulgação da mesma conforme critérios da Atena Editora.

## DECLARAÇÃO DA EDITORA

A Atena Editora declara, para os devidos fins de direito, que: 1. A presente publicação constitui apenas transferência temporária dos direitos autorais, direito sobre a publicação, inclusive não constitui responsabilidade solidária na criação dos manuscritos publicados, nos termos previstos na Lei sobre direitos autorais (Lei 9610/98), no art. 184 do Código penal e no art. 927 do Código Civil; 2. Autoriza e incentiva os autores a assinarem contratos com repositórios institucionais, com fins exclusivos de divulgação da obra, desde que com o devido reconhecimento de autoria e edição e sem qualquer finalidade comercial; 3. Todos os e-book são *open access*, desta forma não os comercializa em seu site, sites parceiros, plataformas de e-commerce, ou qualquer outro meio virtual ou físico, portanto, está isenta de repasses de direitos autorais aos autores; 4. Todos os membros do conselho editorial são doutores e vinculados a instituições de ensino superior públicas, conforme recomendação da CAPES para obtenção do Qualis livro; 5. Não cede, comercializa ou autoriza a utilização dos nomes e e-mails dos autores, bem como nenhum outro dado dos mesmos, para qualquer finalidade que não o escopo da divulgação desta obra.

## APRESENTAÇÃO

A convergente dinâmica geoeconômica, identificada como globalização, trata-se de um fenômeno integrativo da economia no espaço, construído por meio de distintas ondas cíclicas de acumulação de longa duração no sistema capitalista desde o século XV, a despeito de divergentes vetores geopolíticos e geoculturais no sistema internacional.

Como fenômeno de curta duração, a globalização caracteriza-se nas últimas cinco décadas pelo aumento da interdependência econômica no mundo por meio da ampliação do sistema capitalista no globo por meio do retorno a uma agenda com predominância tecno-financeira de acumulação em detrimento das tradicionais agendas de acumulação produtiva.

Tomando como referência estas discussões, “Economia: Globalização e desenvolvimento?”, trata-se de um livro cujo instigante título tem como objetivo despertar questionamentos e uma ampla reflexão econômica para se delinear possíveis explicações sobre temáticas correntes de crescimento, desenvolvimento e crise no sistema de acumulação capitalista à luz das sincrônicas transformações em curso no mundo.

Escrito de modo colaborativo por um conjunto de pesquisadoras e pesquisadores brasileiros, mexicanos e portugueses, o presente livro reflete o sentido desenvolvimentista da globalização como fenômeno de ampliação das interações humanas, qualificando-se assim como uma obra que reflete e é reflexo do seu próprio tempo.

A estruturação desta obra é composta por 21 capítulos que abordam diferentes temáticas econômicas a partir de uma elástica espacialização que vai do local ao global, na periodização da conjuntura contemporânea, por meio de um plural recorte teórico-metodológico de profissionais com distintas *expertises* e formações acadêmico-profissionais prévias.

Caracterizado por uma abordagem exploratória, descritiva e explicativa quanto aos fins e quali-quantitativa quanto aos meios, este livro foca diferentes fenômenos econômicos e estudos de caso por meio de uma rica triangulação teórico-metodológica com base no levantamento e análise de dados primários e secundários e em diferentes paradigmas científicos.

Construído para estimular o espírito de reflexão e criticidade sobre a realidade econômica em um contexto de globalização, o presente livro de coletânea é indicado para um extenso número de leitores, justamente por apresentar uma didática leitura empírica que despertará o interesse, tanto, de um público leigo afeito a novos conhecimentos, quanto, de um público especializado de acadêmicos que busca dialogar com base em tradicionais e novas abordagens científicas.

Excelente leitura!

Elói Martins Senhoras



## SUMÁRIO


### **CAPÍTULO 1..... 1**

#### **DINHEIRO: UMA REFLEXÃO HISTÓRICA E JURÍDICA NA ERA DO BITCOIN**

Mateus Catalani Pirani

Matheus Muniz de Ávila Rodrigues

Daniel Stipanich Nostre

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.5532107101>


### **CAPÍTULO 2..... 13**

#### **LAS TEORÍAS ECONÓMICAS QUE EXPLICAN LA GRIPE FINANCIERA EN ESTADOS UNIDOS Y LA PULMONÍA FINANCIERA EN MÉXICO**

Rebeca Teja Gutiérrez

Nidia López Lira


Verónica Loera Suárez

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.5532107102>

### **CAPÍTULO 3..... 28**

#### **CONSEQUÊNCIAS DA CRISE FINANCEIRA NO EMPREENDEDORISMO**

Hélio de Jesus Branco Corquinho Fernandes

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.5532107103>


### **CAPÍTULO 4..... 39**

#### **OS MOVIMENTOS SOCIAIS DE IGUALDADE DE GÊNERO COMO FORMAS DE AÇÃO COLETIVA, ANTES DAS TRANSFORMAÇÕES ECONÓMICAS, SOCIAIS E POLÍTICAS DE UM SISTEMA EM CRISE**

Héctor Alberto Fernández Morales

Felipe Javier Haces Valdez

Javier Hernández Treviño


 <https://doi.org/10.22533/at.ed.5532107104>

### **CAPÍTULO 5..... 52**

#### **AN APPROACH TO CUSTOMER TRUST IN THE PORTUGUESE BANKING SYSTEM**

António Cabeças

António Duarte Santos

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.5532107105>

### **CAPÍTULO 6..... 77**

#### **BANCOS DE DESENVOLVIMENTO NO BRASIL: O CASO DO BANCO REGIONAL DE DESENVOLVIMENTO DO EXTREMO SUL**

Diego Paschoal de Senna

Sandra Lúcia Videira Góis

Lisandro Pezzi Schimidt


 <https://doi.org/10.22533/at.ed.5532107106>

**CAPÍTULO 7..... 88**

**DEVOPS FOR FINANCIAL COMPANIES: A LITERATURE REVIEW**

Antônio Augusto Alves de Figueiredo

Vagner Luiz Gava

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.5532107107>

**CAPÍTULO 8..... 106**


**O CUSTO DE RESSEGURO NO MERCADO BRASILEIRO DE SEGUROS GERAIS ANTES E APÓS O TÉRMINO DO MONOPÓLIO**

Claudio Rosa Mendes

Cecilia Moraes Santostaso Geron

Fabiana Lopes da Silva

Octavio Ribeiro de Mendonça Neto

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.5532107108>

**CAPÍTULO 9..... 128**


**IMPACTO ECONÔMICO DA COVID-19 NO SETOR DE TURISMO DO MÉXICO**

Artemio Jiménez Rico

Luis Gerardo Rea Chávez

Perla Cristina Laguna Córdoba

Karina Galván Zavala

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.5532107109>

**CAPÍTULO 10..... 141**

**O COMPORTAMENTO DO BRASILEIRO COM SEUS INVESTIMENTOS NO CONTEXTO DA COVID-19**

Natalia Alves Tavares

Paulo Vitor Jordão da Gama Silva

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.55321071010>


**CAPÍTULO 11..... 160**

**ORIGEM DA DESINDUSTRIALIZAÇÃO NO BRASIL: POLÍTICA ECONÔMICA E PACTOS DE PODER**

Bruno Saggiorato

Geizibel Julia Halas

Nilmar Rippel

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.55321071011>

**CAPÍTULO 12..... 172**

**PERCEPÇÃO DOS MORADORES VALE DO SÃO FRANCISCO REFERENTE AOS TIPOS DE INOVAÇÕES QUE OCORREM NO SETOR DO AGRONEGÓCIO NA REGIÃO**


Murilo Campos Rocha Lima

Josefa Edileide Ramos Santos

Marcelo Costa Borba

Marília Rocha Amando


Thayana Carvalho Amorim Pereira

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.55321071012>

**CAPÍTULO 13..... 182**

**PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO DO FEIJÃO-FAVA (*Phaseolus lunatus* L.) NO PIAUÍ: UMA CULTURA DA AGRICULTURA FAMILIAR**


Karla Brito dos Santos  
Eriosvaldo Lima Barbosa  
Angela Célis de Almeida Lopes  
Regina Lucia Ferreira Gomes  
Andreza Cavalcante Oliveira  
Graziele de Sousa Reis

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.55321071013>

**CAPÍTULO 14..... 204**

**ANÁLISE E ACOMPANHAMENTO DO PREÇO DA CESTA BÁSICA DO MUNICÍPIO DE DIANÓPOLIS-TO**


Elismar Dias Batista  
William Isao Tokura  
Antônia Lilia Soares Pereira  
Virgílio Lourenço da Silva Neto  
Daniela Maria Santo Palmera  
Letícia Alves Rocha  
Jeidy Johana Jimenez Ruiz

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.55321071014>

**CAPÍTULO 15..... 213**

**AVALIAÇÃO DOS DETERMINANTES DA QUALIDADE DA EDUCAÇÃO BÁSICA: UMA COMPARAÇÃO DAS MESORREGIÕES CENTRO-SUL E OESTE DO PARANÁ**


Ikaró Tem Pass  
Flávio Braga de Almeida Gabriel

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.55321071015>

**CAPÍTULO 16..... 229**

**EL EMPRENDIMIENTO EN LAS INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR**


Mónica Leticia Acosta Miranda  
Leonor Ángeles Hernández  
Juan Mendoza Hernández  
Liliana Camacho Bandera





 <https://doi.org/10.22533/at.ed.55321071016>

**CAPÍTULO 17..... 239**

**O CAPITAL HUMANO E A INOVAÇÃO COMO PEDRAS BASILARES DA ECONOMIA PORTUGUESA**

Cátia Susana Bento do Rosário  
António Augusto Teixeira da Costa  
Ana Isabel Lorga da Silva

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.55321071017>

<b>CAPÍTULO 18.....</b>	<b>252</b>
LA RELEVANCIA DE LA MUJER ARTESANA EN LA ECONOMÍA FAMILIAR DE LA REGIÓN MIXTECA	
Olivia Allende Hernández	
Celia Bertha Reyes Espinoza	
Liliana Eneida Sánchez Platas	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.55321071018">https://doi.org/10.22533/at.ed.55321071018</a>	
<b>CAPÍTULO 19.....</b>	<b>265</b>
ESTRATÉGIAS DE ESTRUTURAÇÃO ECONÔMICA PARA O DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL E LOGÍSTICO DE ZONAS RURAIS FRENTE ÀS DEMANDAS GLOBAIS: OS CASOS DAS ZONAS PRODUTIVAS DO CAFÉ DE MATA VERDE NO BRASIL E AS ZONAS DE PRODUÇÃO DE CHÁ DE NUWARA ELIYA NO SRI LANKA	
Carlos Andrés Hernández Arriagada	
Mariana Chaves Moura	
Paola Serafim Filócomo	
Luciana Junqueira Candido	
Edgar Roa	
Carlos Murdoch	
Paulo Roberto Corrêa	
Raquel Ferraz Zamboni	
Isabella Basile Sposito	
Eduardo Riffo Durán	
Nicolás Parra Urbina	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.55321071019">https://doi.org/10.22533/at.ed.55321071019</a>	
<b>CAPÍTULO 20.....</b>	<b>291</b>
EFICÁCIA DOS MODELOS DE PREVISÃO DE FALÊNCIA EMPRESARIAL NAS EMPRESAS DE TRANSPORTES IBÉRICAS	
Mário Alexandre Guerreiro Antão	
Cândido Jorge Peres Moreira	
Catarina Carvalho Terrinca	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.55321071020">https://doi.org/10.22533/at.ed.55321071020</a>	
<b>CAPÍTULO 21.....</b>	<b>305</b>
ASPECTOS METODOLOGICOS Y TÉCNICOS PARA LA ELABORACIÓN DE IMPUESTOS VERDES	
Rolando Ríos-Aguilar	
Raúl Rodríguez Vidal	
Víctor Pedro Rodríguez Vidal	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.55321071021">https://doi.org/10.22533/at.ed.55321071021</a>	
<b>SOBRE O ORGANIZADOR.....</b>	<b>318</b>
<b>ÍNDICE REMISSIVO.....</b>	<b>319</b>

## LA RELEVANCIA DE LA MUJER ARTESANA EN LA ECONOMÍA FAMILIAR DE LA REGIÓN MIXTECA

*Data de aceite: 02/10/2021*

*Data de submissão: 06/09/2021*

### **Olivia Allende Hernández**

Universidad Tecnológica de la Mixteca, Instituto  
de Ciencias Sociales y Humanidades  
Oaxaca, México  
ORCID: 0000-0002-8528-457X

### **Celia Bertha Reyes Espinoza**

Universidad Tecnológica de la Mixteca, Instituto  
de Computación  
Oaxaca, México  
ORCID: 0000-0003-3787-912X

### **Liliana Eneida Sánchez Platas**

Universidad Tecnológica de la Mixteca, Instituto  
de Diseño  
Oaxaca, México  
ORCID: 0000-0001-5233-3868

**RESUMEN:** En la Región Mixteca del estado de Oaxaca, las Unidades Económicas (UE) con mayor participación son las referentes al sector secundario. A pesar de la implementación de iniciativas públicas y privadas, Oaxaca es uno de los estados con mayor nivel de pobreza del país, por lo tanto, para reducir la pobreza independientemente de la oferta de servicios básicos, es necesario que los hogares cuenten con una alternativa productiva que les permita incrementar su ingreso promedio. En el presente documento se analiza la importancia de la industria manufacturera como alternativa para apoyar a las familias de la Región Mixteca. Se

considera que parte de las tradiciones familiares en la región, se relacionan con la producción de productos de palma, lo cual ha permitido a las mujeres mixtecas participar en la transformación de la palma real para la producción de artesanías, actividad trascendental de la región. Para tal efecto se realiza una investigación descriptiva que permite analizar el comportamiento de las artesanas en el contexto productivo, teniendo como eje de estudio el nivel de participación de la mujer mixteca en la cadena de valor para la producción de artesanías de palma real en la Región Mixteca. Como parte de los resultados se enfatiza el rol de la mujer mixteca en la cadena de valor del producto artesanal hecho de palma real natural, así como los factores que fortalecen y amenazan a este sector productivo.

**PALABRAS - CLAVE:** Artesanía de palma real, Cadena de valor, Industria manufacturera, Mujer mixteca

### **THE RELEVANCE OF ARTISAN WOMEN IN THE ECONOMY OF FAMILIES IN THE MIXTEC REGION**

**ABSTRACT:** In the Mixtec region of the state of Oaxaca, the Economic Units (EU) with the highest participation are those referring to the secondary sector. Despite the implementation of public and private initiatives, Oaxaca remains one of the states with the highest level of poverty in the country; therefore to reduce poverty regardless of the supply of basic services, it is necessary to provide households with a productive alternative that allows them to increase their average income. This paper analyzes the importance of the manufacturing industry as an alternative to

support families in the Mixtec region. Traditionally, many families in the region are involved in the production of palm products, which has allowed Mixtec women to participate in the transformation of the royal palm through the production of handicrafts, a transcendental activity in the region. For this purpose, a descriptive research is carried out to analyze the behavior of craftswomen in the productive context, having as an axis of study the level of participation of Mixtec women in the value chain for the production of royal palm handicrafts in the Mixtec Region. As part of the results, the role of Mixtec women in the value chain of the artisan product made from natural real palm is emphasized, as well as the factors that strengthen and threaten this productive sector.

**KEYWORDS:** Royal palm handicrafts, Value chain, Manufacturing industry, Mixtec woman.

## INTRODUCCIÓN

El desarrollo de la presente investigación se centra en el municipio de Huajuapán de León, ubicado en la región Mixteca Baja, perteneciente al estado de Oaxaca. Este municipio tiene a la ciudad de Huajuapán de León como centro comercial donde convergen los habitantes de comunidades etnolingüísticas aledañas para ofertar sus productos artesanales. En la Región Mixteca, pese al ambiente de marginación y pobreza que impera en las comunidades, a lo largo del tiempo los mixtecos han sabido transmitir parte de su herencia familiar, entre estas tradiciones se han difundido sus conocimientos en la elaboración de las artesanías de palma. Principalmente, la enseñanza se centra en el núcleo familiar y por lo general con la asignación de tareas específicas en el proceso de elaboración del producto artesanal. La venta de estos productos tradicionales son una fuente de ingresos para el sustento económico de la mayoría de las familias de comunidades vulnerables, convirtiéndose esta actividad en una oportunidad de desarrollo.

Debido a la experiencia generacional de las familias de la Región Mixteca en la producción de productos de palma, se puede indicar que de manera empírica han creado empresas sociales que les ha permitido cubrir, en lo posible, las necesidades sociales no resueltas y al mismo tiempo crear valor social. La Innovación Social consiste en encontrar nuevas formas de satisfacer las necesidades sociales que no están adecuadamente cubiertas por el mercado o el sector público. Además, la investigación y la innovación forman parte de la base del progreso en relación con todos los desafíos a los que se enfrentan las zonas rurales en el sector agrícola, económico, ambiental y social. (COM, 2010).

Para la implementación formal de una empresa social, se debe tener en cuenta la motivación de la persona emprendedora, la actividad e impacto social, el modelo de negocio, la distribución de beneficios, el capital social, el modelo organizativo, y finalmente, la percepción de la comunidad (Rosas, 2013).

Como consecuencia de las deplorables circunstancias de pobreza en la que se encuentra el Estado de Oaxaca, así como un alto índice de analfabetismo, mortandad infantil, migración e inseguridad (BIENESTAR, 2019), es primordial la creación de actividades económicas y sociales que impulsen el desarrollo, principalmente en las

entidades donde los recursos son escasos y limitados. Es necesario implementar empresas sociales que impacten positivamente a la comunidad, crear modelos de negocios inclusivos exitosos, promover la solidaridad y colaboración de productores comunitarios y considerar las necesidades específicas de las propias comunidades.

La Agencia Vasca de la Innovación (Innobasque, 2011) ha indicado que la empresa social se caracteriza por:

- Las personas generan iniciativas encaminadas al beneficio social.
- Inclusión, a través de la creación de empresas que favorezca la incorporación de personas que están en riesgo de exclusión debido a su discapacidad o por factores que dificultan su acceso al mercado laboral.
- Generar un impacto positivo en la comunidad.
- Genera valor social, crecimiento económico y empleo.
- Innovación, a través de manera de concebir los negocios, detectar nuevas oportunidades de negocio dentro de la realidad social.
- Transformación del modelo social y económico.

Con base en los elementos enlistados anteriormente, se ha identificado que son afines con los elementos que se han implementado de forma empírica en las empresas familiares de la Región Mixteca dedicadas a la producción de productos de palma. Por lo tanto, es necesario el desarrollo de investigaciones y propuestas que permitan formalizar y normalizar las actividades relacionadas con la producción de productos de palma.

El Gobierno de México en el 2020, a través del Observatorio Laboral ha publicado información sobre las tendencias y características de las personas ocupadas en el país dentro de once sectores de actividad económica: Agropecuario, Comercio, Construcción, Educación y Salud, Extractiva, Gobierno, Servicios Personales, Servicios Profesionales, Transformación, Transporte y Turismo. Con base en las cifras del cuarto trimestre del 2020 de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE), se ha indicado que el Comercio es el sector de actividad económica que concentra el mayor número de personas ocupadas en el país con el 19% del total de los ocupados. En este sector del Comercio, el 53.1% de los ocupados cuenta con escolaridad hasta el nivel secundaria y tan sólo el 41.7% tienen entre 16 y 34 años de edad. En cuanto a la distribución de sexo, el promedio de mujeres ocupadas es del 38% y en el sector del comercio las mujeres superan a la mitad de los ocupados representando el 50.4%.

Acorde con el Observatorio del Sector Social de la Economía (OSSE, 2017), en el Estado de Oaxaca la participación de los sectores terciario y secundario se da en un 89% y 9% respectivamente. En el caso de la Región Mixteca, las Unidades Económicas (UE) con mayor participación son las del sector secundario. En este sector se encuentra la industria manufacturera, que para la presente investigación se hace referencia a la actividad de la

transformación de la palma natural considerada como materia prima en la producción de artesanías en la región.

Con el objetivo de conocer la situación real de la actividad de transformación de la palma, se ha realizado una investigación que permita describir el comportamiento de las artesanías en el contexto productivo, teniendo como eje de estudio la identificación o establecimiento del nivel de participación de la mujer en la cadena de valor para la producción de artesanías de palma real en la Región Mixteca. Además, se han identificado diversos factores que fortalecen a este sector, así como aquellas situaciones que amenazan la permanencia de los productos de palma en el gusto del consumidor. Debido a la participación de la mujer en la cadena de valor para la producción de las artesanías de palma en la Región Mixteca, se ha impulsado el empoderamiento de la mujer indígena en la economía local, brindando la oportunidad de ampliar su mercado productivo.

## **PROCESO METODOLÓGICO**

Se han recolectado datos a través de una metodología cualitativa, que ha permitido determinar la situación actual de los artesanos, verificar si la tradición generacional sigue presente o ha sufrido cambios, y si prevalece el entusiasmo en las nuevas generaciones para dar continuidad a esta labor.

Con el objetivo de obtener referencias del proceso de producción de los artesanos de palma de la Región Mixteca, se ha aplicado la Cadena de Valor como herramienta de gestión, la cual fue diseñada a mediados de la década de 1980 por Michael Porter, economista estadounidense, profesor en la Escuela de Negocios de Harvard. Dicha herramienta metodológica ha permitido realizar, en principio, un análisis interno del grupo de artesanos mixtecos a través de su desagregación en sus principales actividades productivas generadoras de valor.

## **INTERCAMBIO COMERCIAL EN LA REGIÓN MIXTECA**

La Región Mixteca abarca una superficie de 15,671.08 km<sup>2</sup> y representa la quinta concentración poblacional en el estado, Huajuapán de León es el municipio con mayor presencia en la región. En Huajuapán todavía se mantiene la tradición de comercializar artesanías en cestería, considerándose como una de las artes más antiguas de la región, practicada a partir de tiras o fibras de origen vegetal (ixtle y palma) y también de materias sintéticas (fibras de polietileno).

Hujuapán de León se considera como un centro de intercambio comercial entre las comunidades aledañas. Los artesanos llegan a la ciudad para vender sus productos, principalmente en las calles o en las ferias, entre los cuales se encuentran los habitantes de San Simón Zahuatlán, Coicoyán de las Flores, Santos Reyes Yucuná, Zapotitlán Palmas, Tezoatlán de Segura y Luna, Magdalena Peñasco, y Santa María Apazco.



Los habitantes de las comunidades antes mencionadas tienen como principal fuente de trabajo la elaboración de productos tejidos con palma real natural, y debido a la escasez de la materia prima (palma real natural), en las últimas décadas han integrado la fibra de polietileno en la elaboración de sus productos artesanales.

## **DIVERSIFICACIÓN DE ARTESANÍAS**

Existe una diversificada producción artesanal en la Región Mixteca, además de la palma, se manufacturan textiles en algodón y lana como: servilletas, cobijas, huipiles, morrales, ceñidores, refajos, bordados, camisas, cotonos, rebozos y enredos de lana. Se ha identificado que las mujeres son las principales responsables de tejer artesanías tanto textiles como utilizando palma real y palma criolla de la región.

Sin embargo, se destaca la participación de los hombres en la elaboración de las artesanías tales como: la cestería de carrizo y de palma, velas, cerámica de diversos barros para distintos fines, talabartería, cohetes, cuchillos, herrería, metates, y escobas. Por lo general, el trabajo artesanal se realiza en el ámbito familiar y estos conocimientos se transmiten de generación a generación.

## **LIMITANTES EN LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE PALMA**

En la Región Mixteca existen factores que influyen en la calidad de vida de los pobladores de las comunidades de la región, tales como: educación, nivel sociocultural, factores productivos (tierra, trabajo, capital), alta marginación, carencia de desarrollo industrial y tecnológico, intermediación de los pocos productos que se generan en la región. La orografía de la región contribuye al bajo desarrollo de las poblaciones, debido a que diversas vías de comunicación terrestres son de terracería o se encuentran en mal estado y solo algunas de las principales vías de comunicación son de asfalto, esta situación contribuye e intensifica la marginación de las comunidades.

En el caso de los artesanos de palma en la región, es necesaria la implementación de mecanismos para la construcción de canales de distribución acordes con las características propias a las actividades y necesidades del contexto productivo de la región. Además, se ha detectado falta de interés de los habitantes de las ciudades destino para adquirir los productos artesanales de palma.

Por otra parte, en la región se han detectado problemas para obtener la materia prima para el tejido de palma natural, debido a que muchas tierras han sido pobladas y/o erosionadas provocando la escasez de producción de palma. Por lo anterior, los artesanos han optado por utilizar la palma sintética o fibra de polietileno para la elaboración de sus productos (Figura 1), lo cual les brinda ventajas tales como: el bajo costo, la existencia de la diversidad de colores, la facilidad al momento de tejerla y a la uniformidad del ancho de la

fibra. Además, de que la fibra sintética es susceptible de ser reciclado y reutilizado, debido a que las rebabas sobrantes pueden ser vendidas para fundirlas y crear nuevas fibras en colores oscuros.



Figura 1. Cesto hecho de fibra sintética

## **PRODUCTOS CONSIDERADOS COMO ARTESANÍAS INDÍGENAS DE LA REGIÓN MIXTECA**

El Centro de Información y Documentación Artesanal (CENDAR), indica que las artesanías se pueden clasificar en tres grupos: indígenas, tradicional popular y artesanía contemporánea o neo artesanías. La artesanía indígena se considera como la producción de bienes útiles, rituales y estéticos, los cuales constituyen una expresión material de la cultura de las comunidades étnicas, es decir, se han integrado los conceptos de arte y funcionalidad en la elaboración de productos artesanales para satisfacer necesidades sociales.

La producción de productos de palma les permite a los artesanos poner en práctica los conocimientos ancestrales que forman parte de su comunidad y los cuales han sido transmitidos de padres a hijos. Además, se ha identificado que el 90% de la transmisión de conocimientos es de forma matriarcal.

Se debe promover la funcionalidad en la creación de productos de palma, principalmente para cubrir las necesidades de un estilo de vida o bien de un contexto social en específico. Es importante preservar el uso de sus propias herramientas tecnológicas, diseño e imagen del producto que les permita difundir y promover los conocimientos de la herencia generacional de la región.

Una de las principales fortalezas en las familias productoras de artesanías de palma en la región, ha sido el hecho de generar coaliciones y alianzas a largo plazo entre artesanos y entidades (ONG, Universidades, Gobierno), con la finalidad de recibir

apoyos para emprendimientos, becas productivas, capacitación entre otros beneficios que repercuten en el bienestar de las familias y en la comunidad.

El antecedente más notable en la región es el caso de “FIDEPAL” que fue una empresa conformada por cooperativas dedicadas a la comercialización de productos de palma establecida en Huajuapán de León. Esta empresa tuvo un gran éxito al inicio de sus actividades, lamentablemente cerró en la década de los 90s. La producción de la empresa se centraba en una variedad de artesanías de palma real: sombreros, bolsas, portafolios, carpetas, cestos, entre otros.

Actualmente, los productores de palma continúan con la creación de productos orientados al cliente femenino, siendo de mayor consumo las carteras, bolsas y monederos (Figura 2). Debido a que los productores se han enfocado en productos orientados hacia la mujer como centro productor y consumidor, la moda y las tendencias tecnológicas y socioculturales han permitido fomentar la creatividad e innovación en el diseño de sus productos.



Figura 2. Productos de palma

Por lo anterior, se ha dado paso a la neoartesanía lo cual ha permitido dar continuidad a una tradición que se adapta y subsiste en la era digital. Sin embargo, las expectativas de los artesanos con respecto a la comercialización no se logran ver cristalizadas, ni en términos de espacios, ni de posibilidades para concretar la oferta de los productos, ni tampoco de capacitación para concretar ventas. Es necesario establecer canales de distribución efectivos para fortalecer las ventas en puntos estratégicos en las ciudades y centros turísticos. Es importante plantear la innovación en términos de calidad del producto, impulsar la innovación social que atañe directamente a las comunidades de artesanos, y a los artesanos en particular vinculados con los diferentes componentes de la cadena de valor de la artesanía.

## EL PAPEL DE LA MUJER ARTESANA EN LA CADENA DE VALOR

Las mujeres artesanas desempeñan un papel que va más allá de su núcleo familiar, contribuyen a la economía del hogar, se han convertido en la fuerza laboral en la Región Mixteca, así como en el eje de valor productivo y en el desarrollo comunitario. La mujer artesana debido a su desempeño productivo, ha logrado autonomía económica inclusiva que se refleja, sobre todo, en el empoderamiento de la mujer en la comunidad.

Este empoderamiento se refiere al proceso por el cual las mujeres, en un contexto en el que están en desventaja por las barreras estructurales de género, adquieren o refuerzan sus capacidades, estrategias y protagonismo, tanto en el plano individual como colectivo, para alcanzar una vida autónoma en la que puedan participar, en términos de igualdad, en el acceso a los recursos, al reconocimiento y a la toma de decisiones en todas las esferas de la vida personal y social. En la Figura 3, se muestra la relación de la mujer artesana en el proceso productivo.

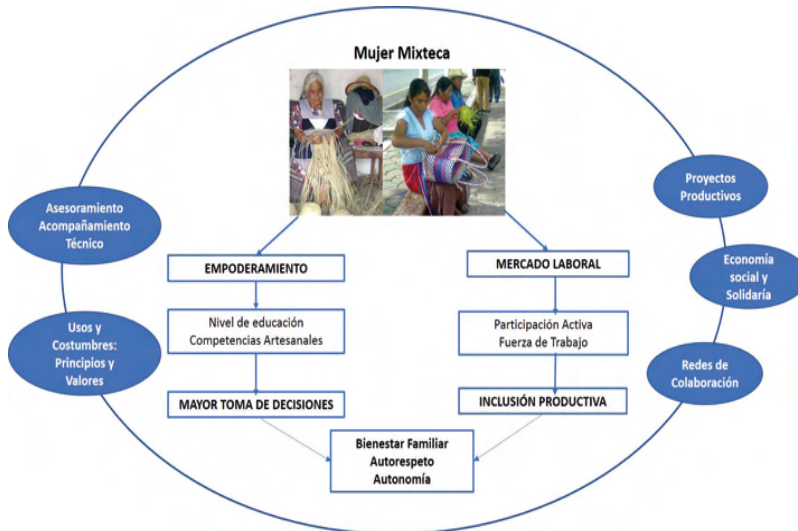


Figura 3. Rol de la mujer artesana

Su actividad artesanal le permite contar con una participación en la fuerza laboral, misma que coadyuva a la inclusión productiva en zonas rurales. La organización social de las mujeres artesanas favorece su inclusión en proyectos productivos bajo el contexto de la economía social y solidaria.

Los organismos o instituciones externas que han proporcionado capacitación técnica y acompañamiento en apoyo a la economía local permiten fortalecer sus competencias y capacidades creativas de tal manera que la mujer artesana pueda revivir la cultura artesanal reinventando e innovando sus creaciones.

Las mujeres artesanas han innovado sus diseños utilizando varios colores en la producción de artículos para computadoras, celulares, tabletas entre otros artículos digitales, lo cual les ha permitido ampliar su mercado e incrementar sus ingresos, contribuyendo con el bienestar social. Como lo ha indicado Cardini (2012), la producción artesanal se relaciona con un contexto sociocultural, económico, político y nace de una realidad cotidiana y de trabajo. Por lo tanto, la expresión de distintos grupos ya sea de pueblos originarios, rurales o urbanos corresponde a su creación como partícipes de una cultura, a la vez que abre un vínculo de diálogo entre su comunidad y su público consumidor.

## PRODUCTOS DE PALMA Y SU CADENA DE VALOR

Entendiendo a la cadena de valor como la serie de procesos o funciones vinculadas en la elaboración de las artesanías de palma, se puede observar en la Figura 4., la presencia de las mujeres artesanas desde el inicio de la cadena de valor de la artesanía, dado que ellas son las proveedoras de la materia prima. Seleccionan y cortan las hojas de la palmera real que localizan en las zonas áridas y semiáridas de la Región Mixteca.



Figura 4. Mujeres en la cadena de valor de la artesanía de palma

En el proceso productivo artesanal, el grado de integración representa un papel principal en la ventaja competitiva. Los artesanos mixtecos mantienen vínculos de articulación, interacción, cooperación y aprendizaje entre sí, contando también con el apoyo de instituciones locales como universidades, gobierno, asociaciones empresariales, instituciones de crédito, enseñanza e investigación, que impulsan el fortalecimiento en el contexto del desarrollo del territorio y del sector productivo. De esta manera, queda de manifiesto que aún bajo los criterios de la economía solidaria, el concepto de Cadena de Valor continúa presente. En la Figura 5, se muestra el proceso productivo artesanal.

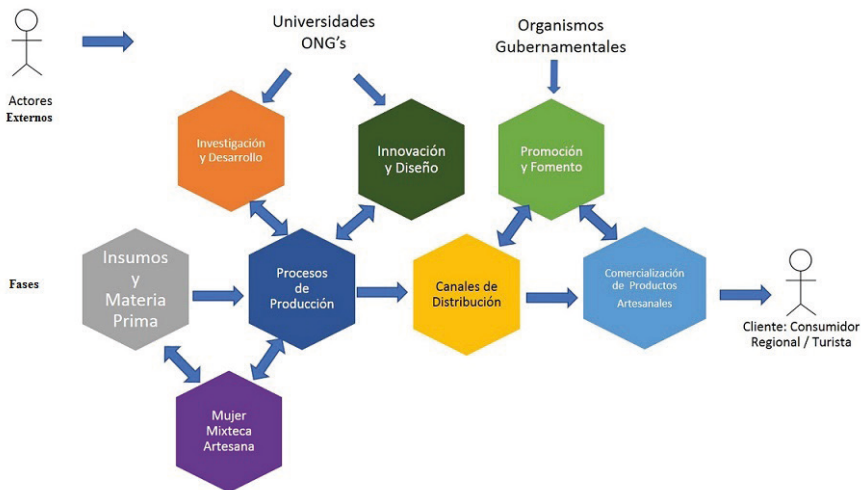


Figura 5. Proceso Productivo Artesanal

Como se muestra en la figura anterior, cada fase productiva genera cierto valor con respecto al previo, lo cual crea una ventaja competitiva para el artesano en su mercado. Porter plantea que *“La ventaja competitiva no se puede entender considerando la compañía como un todo”*. Las auténticas ventajas en costos y diferenciación se deben buscar en la cadena de actividades que una empresa realiza para poder otorgar valor a sus clientes. Con base en lo anterior, considerando que el emprendimiento del artesano se concibe de origen como una empresa familiar, donde en el proceso productivo se encuentran involucradas las actividades como obtención de insumos, investigación, diseño, producción, promoción, canales de distribución, entrega y atención personalizada al cliente; las mujeres artesanas generan un valor diferenciado en la fase de diseño, al dar creatividad e innovación en sus productos.

## PROCESO PRODUCTIVO DE UN SOMBRERO DE PALMA

En la comunidad de Magdalena Peñasco vive Estela Aguilar Reyes, es una diseñadora artesana originaria de esa comunidad que ha conformado una empresa familiar con el objetivo de mantener la tradición familiar a través de la elaboración de productos originales hechos de palma natural. Se ha considerado el proceso de elaboración de un sombrero de palma para valorar la cadena productiva, acorde con Aguilar, los pasos generales que se deben seguir son:

- Adquirir la materia prima en la plaza de su comunidad o en la ciudad de Tlaxiaco donde se vende la palma proveniente de comunidades de la mixteca alta, tal es el caso de Yucuañe. Aguilar menciona que, la materia prima se vende por ciento, es decir, un rollo de palma contiene 100 hojas. El precio en pesos mexicanos

de cada rollo depende de la calidad de la misma, su rango es de \$40.00 hasta \$120.00. (La palma que es más larga es la más cara).

- Selección de la palma, de cada rollo se seleccionan dos a tres hojas.
- Limpieza, a cada hoja se le quitarán los excesos.
- Rajar, se divide cada hoja en hojas de aproximadamente 5mm de grosor.
- Cocimiento, las hojas se colocan en agua caliente por 20 minutos, posteriormente se lava y se seca por dos días a la sombra para evitar que se manche la hoja.
- Teñido, se pueden teñir las hojas si se desea hacer más vistoso el producto
- Tejido, las hojas se usan para tejer los sombreros uno por uno. La palma debe estar mojada para hacer el tejido, de lo contrario se quiebra. El tiempo de elaboración de un sombrero oscila entre 1:30 horas y 3:00 horas. En una semana se pueden llegar a elaborar en promedio una docena de sombreros.
- Limpieza final, una vez terminado el sombrero se cortan los sobrantes de la palma.
- Comercialización, los sombreros elaborados con palma al natural, es decir sin teñir, se venden en la plaza de la comunidad de Magdalena peñasco con un intermediario. El precio depende del tamaño de cada pieza, es decir, el sombrero de 8 pares se vende a \$90.00 la docena, el de 9 pares a \$100.00 y el de 10 pares a \$110.00.

#### Teñido de la palma:

- Para obtener palma de colores, se tiñe la materia prima con un tinte químico conocido como “anilina”, es un colorante en polvo.
- La cantidad de anilina que se utiliza en el teñido depende de la cantidad de hojas de palma que se sometan al proceso. Es importante señalar que los colores lila, verde limón y anaranjado se obtienen al combinar los tintes. De este modo, para obtener el color verde limón, se combinan los tintes amarillo y verde aumentando o disminuyendo la cantidad de color verde dependiendo de la tonalidad que se desea obtener. De igual manera, para obtener el color anaranjado se deben de combinar los colores amarillo y rojo y finalmente el color lila se obtiene combinando los colores rosa y morado.
- El Teñido se lleva a cabo en un recipiente con la capacidad adecuada para la cantidad de palma a procesar. El recipiente debe estar sobre el fuego y contener agua a una temperatura de 45 °C aproximadamente, primero se agrega el tinte removiéndolo bien y posteriormente se agrega la palma. El contenido debe alcanzar el punto de ebullición y permanecer en este estado durante aproximadamente 5 minutos removiéndolo de manera constante.
- Enjuague, cumplido el tiempo de teñido se retira la olla del fuego y con la ayuda de un palo de madera se saca la palma del agua caliente y se sumerge dentro

de un recipiente con agua fría durante aproximadamente 10 minutos para retirar el exceso de colorante.

- Se retira la palma del recipiente con agua fría y se cuelga en la sombra dejándola reposar por tres horas para su secado, finalmente se recogen las hojas de palma teñidas y se guardan.

El trabajo y tiempo invertido en la cadena de producción tiene un elevado costo que no es considerado por las artesanas al establecer el precio de venta, y por lo tanto no se ve reflejado en su ingreso. Es importante resaltar que este tipo de proyecto artesanal ha sido apoyado por el Gobierno del Estado de Oaxaca y ha contribuido a mejorar el diseño, calidad del producto y proceso de producción artesanal de la palma. Por lo anterior, estos proyectos artesanales han tomado un impulso en el mercado nacional a través de ferias regionales. Sin embargo, aún no se ha logrado un crecimiento en el mercado internacional, la exportación es casi nula. Es necesario implementar estrategias para crear canales de distribución y comercialización.

## CONCLUSIONES

En la presente investigación uno de los resultados obtenidos es la identificación de la necesidad que tienen los artesanos de las comunidades de la Región Mixteca en conocer las políticas, los programas y proyectos de capacitación, fortalecimiento y fomento que realiza el gobierno y las instituciones educativas para el fortalecimiento del sector artesanal, a fin de coadyuvar a su autonomía económica. El acceso a estos apoyos que han sido implementados para el desarrollo de las comunidades, también impulsa el empoderamiento de la mujer y el desarrollo individual, familiar y comunitario.

Se debe considerar que las mujeres forman parte activa de los emprendimientos familiares. Además, se hace evidente el alto valor de su cadena productiva y que no es considerada en el precio del producto al consumidor.

El trabajo artesanal por lo general no es reconocido por la mayoría de los consumidores, por el contrario, y de acuerdo con las entrevistas a las artesanas se dice: *“las personas quieren mi sombrero más barato y tenemos que bajar el precio o no vendemos”, “tenemos que vender aquí, si salimos más lejos no alcanza el dinero”, “Vino el revendedor y me compró a 5 pesos el sombrero y él lo vende a 30 pesos”*, estos son algunos comentarios que permiten identificar la vulnerabilidad de las artesanas.

Con base en lo anterior, se puede identificar diversas áreas de acción para investigadores, gobierno y organismos en general que deseen brindar mayores oportunidades de desarrollo para los pequeños productores de artesanías de palma.



## REFERÊNCIAS

Centro de Información y Documentación Artesanal (CENDAR). **La artesanía y su clasificación**. Disponible en: [http://www.artesantiasdecolombia.com.co/PortalAC/C\\_sector/la-artesania-y-su-clasificacion\\_82](http://www.artesantiasdecolombia.com.co/PortalAC/C_sector/la-artesania-y-su-clasificacion_82)

Cardini, Laura Ana. **Producción artesanal indígena: saberes y prácticas de los Góm en la ciudad de Rosario**. Horiz. antropol. [online]. 2012, vol.18, n.38, pp.101-132. Disponible en: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0104-71832012000200005&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-71832012000200005&lng=en&nrm=iso)>. ISSN 0104-7183. <http://dx.doi.org/10.1590/S0104-71832012000200005>

Comisión Europea (2011). **Construir un ecosistema para promover las empresas sociales en el centro de la economía y la innovación sociales**. Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones. Bruselas. 25.10.2011. COM (2011) 682 final. Recuperado de <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0682:FIN:ES:PDF>

Gobierno de México (2017). **Observatorio Nacional de la Economía Social**. Disponible en: <https://www.gob.mx/inaes/es/articulos/ya-conoces-el-observatorio-del-sector-social-de-la-economia?idiom=es>

Gobierno de México (2019). **Informe anual sobre la situación de pobreza y rezago social 2019 Estado de Oaxaca**. Secretaría de Bienestar. México. Disponible en: <https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/432105/Oaxaca.pdf>

Gobierno de México (2020). **Observatorio Laboral. Información estadística para el futuro académico y laboral en México**. Disponible en: [https://www.observatoriolaboral.gob.mx/static/estudios-publicaciones/Ocupacion\\_sectores.html](https://www.observatoriolaboral.gob.mx/static/estudios-publicaciones/Ocupacion_sectores.html)

Informe sobre Desarrollo Humano 2010. **La verdadera riqueza de las naciones: Caminos al desarrollo humano**. Disponible en: [www.hdr.undp.org](http://www.hdr.undp.org)

Innobasque (2011). **Empresa Social Innovadora**. Agencia Vasca de la Innovación. España. Disponible en: [https://www.economiasolidaria.org/sites/default/files/empresa\\_social\\_innovadora.pdf](https://www.economiasolidaria.org/sites/default/files/empresa_social_innovadora.pdf)

Porter, M. (1986). **Ventaja Competitiva**. Editorial C.E.C.S.A. México.

Rosas H. A. (2013). **Las Empresas Sociales en el Estado de Oaxaca y sus Prácticas en la Nueva Generación de Tecnologías de Información y Comunicación**. Universidad Internacional de Andalucía. ISBN 978-84-7993-910-6.

## ÍNDICE REMISSIVO

### A

Ação coletiva 4, 39, 40, 42, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51

### B

Banco 4, 4, 5, 8, 11, 18, 54, 68, 77, 78, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 139, 157, 211, 224, 226, 241, 242, 243, 318

Bitcoin 4, 1, 2, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12

Blockchain 2, 8, 12

BNDES 77, 80, 81, 82, 86, 87

Brasil 4, 5, 7, 4, 5, 9, 10, 11, 12, 45, 77, 78, 80, 82, 86, 87, 108, 109, 113, 114, 116, 117, 119, 121, 126, 130, 142, 144, 145, 160, 161, 162, 163, 164, 165, 166, 168, 169, 170, 171, 173, 175, 176, 181, 182, 184, 186, 188, 190, 191, 192, 193, 195, 200, 201, 202, 203, 214, 215, 224, 226, 228, 265, 266, 267, 268, 269, 270, 271, 272, 276, 280, 288, 289, 290

BRDE 77, 78, 82, 83, 84, 85, 86, 87

### C

Café 7, 175, 207, 208, 209, 210, 265, 266, 267, 268, 270, 271, 272, 274, 276, 277, 280, 281, 287, 288, 289, 290

Capital humano 6, 32, 161, 213, 214, 215, 216, 217, 218, 224, 225, 227, 228, 239, 240, 242, 243, 244, 245, 246, 247, 248, 249, 286

Capitalismo 39, 44, 46, 49, 50, 51, 162, 164, 166, 170

Cartão de crédito 6, 7

Cesta Básica 204, 205, 206, 207, 208, 209, 210, 211

Chá 7, 265, 266, 267, 269, 270, 271, 272, 274, 276, 277, 278, 280, 281, 282, 283, 284, 287, 288

Conhecimento 2, 10, 12, 29, 45, 50, 106, 107, 109, 115, 155, 156, 163, 166, 174, 177, 184, 211, 213, 215, 217, 218, 224, 225, 226, 227, 239, 240, 241, 242, 243, 249, 279

Consumidores 7, 9, 14, 109, 111, 119, 120, 174, 187, 197, 204, 206, 211, 263, 309

Consumo 9, 18, 22, 119, 120, 130, 131, 135, 136, 164, 176, 184, 186, 192, 196, 205, 211, 258, 268, 274, 280, 290, 308, 312, 314, 315

COVID-19 5, 128, 129, 136, 138, 139, 140, 141, 142, 143, 146, 147, 148, 149, 150, 151, 152, 154, 155, 156, 157, 158, 288

Crescimento 3, 3, 6, 28, 31, 32, 34, 35, 40, 41, 42, 53, 77, 78, 79, 81, 83, 85, 109, 128, 142, 143, 164, 166, 168, 174, 176, 180, 182, 185, 195, 196, 209, 213, 214, 215, 216, 217, 218, 224, 225, 227, 228, 239, 240, 241, 242, 244, 245, 247, 248, 268, 276, 279, 284, 291

Criptomoedas 1, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 152

Crise 3, 4, 5, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 49, 50, 81, 82, 83, 142, 144, 145, 146, 149, 150, 151, 152, 154, 159, 162, 164, 165, 167, 168, 170, 225, 248, 249, 291, 292

## D

Demanda 7, 79, 82, 86, 120, 122, 126, 138, 139, 175, 176, 200, 232, 278, 284

Democracia 43, 44, 45, 46, 50, 51

Desenvolvimento 1, 3, 4, 7, 1, 2, 3, 6, 11, 28, 33, 35, 41, 42, 43, 47, 53, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 107, 109, 111, 113, 157, 160, 161, 162, 163, 165, 167, 168, 169, 170, 171, 172, 173, 174, 175, 179, 180, 184, 186, 200, 201, 202, 206, 207, 214, 215, 217, 218, 219, 224, 225, 226, 227, 228, 230, 241, 242, 249, 265, 266, 267, 270, 271, 272, 276, 278, 279, 280, 282, 283, 284, 286, 287, 288, 318

Desindustrialização 5, 160, 161, 163, 164, 166, 170, 171

DevOps 5, 88, 89, 90, 91, 92, 94, 95, 96, 97, 98, 99, 100, 101, 102, 103, 104, 105

Dinheiro 4, 1, 2, 4, 8, 10, 11, 12, 108, 151, 154, 157, 158, 166

## E

Economia 1, 3, 6, 26, 28, 29, 39, 40, 41, 42, 43, 52, 53, 75, 77, 78, 79, 80, 82, 83, 85, 86, 87, 110, 111, 112, 113, 143, 145, 157, 160, 162, 163, 164, 165, 167, 168, 169, 170, 171, 175, 176, 180, 184, 201, 206, 213, 214, 215, 216, 217, 218, 224, 226, 227, 228, 238, 239, 240, 241, 242, 243, 244, 245, 249, 251, 264, 266, 270, 271, 273, 274, 277, 279, 282, 286, 291, 292, 302, 318

Educação 6, 33, 41, 42, 46, 49, 173, 210, 213, 214, 215, 216, 218, 219, 221, 222, 223, 224, 225, 227, 228, 239, 240, 241, 243, 244, 245, 246, 247, 248, 251, 318

Empreendedorismo 4, 28, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 230, 250

Empresa 4, 7, 9, 27, 108, 109, 114, 115, 116, 167, 174, 178, 229, 230, 231, 232, 235, 238, 244, 253, 254, 258, 261, 264, 267, 291, 293, 294, 295, 296, 297, 298, 300, 301

Espanha 32, 33, 53, 296, 299

Estados Unidos 4, 4, 13, 14, 15, 16, 17, 19, 20, 22, 23, 24, 25, 26, 36, 40, 41, 80, 82, 108, 114, 130, 145, 162, 167, 215, 270, 308, 315

## F

Falência 7, 143, 291, 292, 293, 294, 296, 298, 299, 302, 303, 304

## G

Gênero 4, 36, 39, 40, 42, 43, 45, 46, 49, 157, 185, 211

Globalização 1, 3, 6, 12, 45, 52, 162

## I

Inovação 6, 1, 4, 6, 28, 32, 172, 173, 174, 175, 176, 177, 178, 179, 180, 181, 184, 201, 218, 225, 239, 240, 241, 242, 244, 245, 246, 247, 248, 249, 250, 251, 284, 286, 288, 318

Insumos 85, 142, 166, 189, 210, 261, 266, 268, 269, 270, 284, 287, 288

Investimento 29, 33, 34, 78, 79, 84, 85, 109, 142, 143, 145, 148, 149, 150, 151, 152, 155, 156, 157, 168, 169, 213, 214, 215, 216, 217, 219, 222, 223, 225, 226, 243, 274, 279

## L

Logística 79, 84, 267, 270, 284

## M

Marcas 2, 4, 12, 44, 204, 207, 211, 239, 242, 244, 247, 248

México 4, 5, 13, 14, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 27, 39, 45, 48, 50, 128, 129, 130, 131, 132, 133, 134, 135, 138, 139, 140, 229, 230, 231, 238, 252, 254, 264, 305, 307, 308, 310, 312, 313, 316, 317, 318

Modelo 8, 26, 43, 48, 74, 81, 98, 99, 103, 104, 106, 108, 112, 117, 126, 142, 145, 147, 167, 211, 214, 215, 216, 218, 219, 220, 222, 223, 225, 239, 240, 243, 244, 245, 246, 247, 248, 253, 254, 271, 293, 294, 295, 298, 299, 300, 301, 303, 304

Movimentos sociais 4, 39, 40, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 143

## O

OCDE 33, 34, 129, 131, 132, 140, 241, 242, 243, 245, 250, 308, 309

Oferta 79, 85, 109, 115, 118, 126, 142, 173, 175, 198, 199, 200, 205, 209, 252, 258, 267, 269

OMT 128, 130, 131, 132, 136, 137, 138, 139, 140

## P

Pandemia 5, 128, 129, 138, 139, 141, 142, 143, 146, 147, 148, 150, 153, 154, 155, 156, 249, 314

Paraná 6, 77, 78, 82, 83, 84, 160, 203, 213, 214, 215, 224, 226, 228

Patentes 218, 239, 242, 244, 248

Piauí 6, 182, 183, 185, 186, 188, 189, 190, 192, 193, 194, 195, 197, 200, 203

PIB 13, 18, 20, 23, 24, 78, 128, 129, 130, 131, 132, 133, 134, 135, 136, 138, 164, 166, 173, 214, 231, 244, 246, 247, 248, 268, 271

Portugal 28, 33, 36, 52, 53, 54, 55, 58, 60, 62, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 73, 239, 240, 244, 248, 249, 291, 296, 299

Preço 6, 3, 34, 108, 112, 117, 142, 143, 145, 146, 182, 185, 186, 187, 189, 196, 197, 198, 199, 200, 201, 204, 207, 208, 209, 210, 211, 212, 216, 278, 280, 290

Produção 6, 7, 9, 29, 33, 34, 41, 42, 43, 44, 45, 47, 48, 78, 79, 85, 86, 110, 160, 161, 168,

173, 174, 175, 176, 177, 179, 181, 182, 184, 185, 187, 188, 189, 190, 191, 192, 193, 195, 196, 197, 198, 200, 201, 202, 207, 209, 215, 217, 218, 225, 239, 241, 265, 266, 267, 268, 270, 271, 272, 274, 276, 278, 280, 281, 282, 283, 284, 286, 287, 288, 290

Produtos 2, 3, 5, 6, 7, 9, 33, 81, 85, 107, 109, 111, 112, 142, 148, 150, 151, 152, 153, 154, 156, 164, 166, 174, 175, 176, 177, 187, 198, 202, 203, 204, 205, 206, 207, 208, 209, 210, 211, 218, 242, 244, 270, 274

## **Q**

Qualidade 6, 6, 32, 85, 89, 174, 197, 210, 213, 214, 215, 218, 219, 221, 222, 224, 226, 241, 242, 243, 246, 247, 266, 267, 271, 272, 292, 303

## **R**

Resseguro 5, 106, 107, 108, 109, 111, 112, 113, 114, 115, 116, 117, 118, 119, 120, 121, 122, 123, 124, 125, 126, 127

## **S**

Sri Lanka 7, 102, 265, 266, 267, 269, 270, 271, 272, 273, 274, 276, 277, 278, 279, 281, 282, 283, 284, 287, 288, 289, 290

## **T**


Transporte 2, 3, 46, 49, 80, 81, 131, 132, 134, 186, 197, 200, 254, 284, 314


Turismo 5, 83, 128, 129, 130, 131, 132, 133, 134, 135, 136, 137, 138, 139, 140, 254, 270, 283, 286



[www.atenaeditora.com.br](http://www.atenaeditora.com.br) 

[contato@atenaeditora.com.br](mailto:contato@atenaeditora.com.br) 

@atenaeditora 

[www.facebook.com/atenaeditora.com.br](https://www.facebook.com/atenaeditora.com.br) 

# ECONOMIA:

## GLOBALIZAÇÃO E DESENVOLVIMENTO



[www.atenaeditora.com.br](http://www.atenaeditora.com.br) 

[contato@atenaeditora.com.br](mailto:contato@atenaeditora.com.br) 

@atenaeditora 

[www.facebook.com/atenaeditora.com.br](https://www.facebook.com/atenaeditora.com.br) 

# ECONOMIA:

## GLOBALIZAÇÃO E DESENVOLVIMENTO