



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
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


Ikaro 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>

CAPÍTULO 18.....	252
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	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.55321071018	
CAPÍTULO 19.....	265
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	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.55321071019	
CAPÍTULO 20.....	291
EFICÁCIA DOS MODELOS DE PREVISÃO DE FALÊNCIA EMPRESARIAL NAS EMPRESAS DE TRANSPORTES IBÉRICAS	
Mário Alexandre Guerreiro Antão	
Cândido Jorge Peres Moreira	
Catarina Carvalho Terrinca	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.55321071020	
CAPÍTULO 21.....	305
ASPECTOS METODOLOGICOS Y TÉCNICOS PARA LA ELABORACIÓN DE IMPUESTOS VERDES	
Rolando Ríos-Aguilar	
Raúl Rodríguez Vidal	
Víctor Pedro Rodríguez Vidal	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.55321071021	
SOBRE O ORGANIZADOR.....	318
ÍNDICE REMISSIVO.....	319

EL EMPRENDIMIENTO EN LAS INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR

Data de aceite: 02/10/2021

Data de submissão: 20/09/2021

Mónica Leticia Acosta Miranda

Tecnológico Nacional de México / Instituto
Tecnológico de Cuautla.
Yecapixtla, Morelos, México
ORCID ID: 0000-0003-3154-7482

Leonor Ángeles Hernández

Tecnológico Nacional de México / Instituto
Tecnológico de Cuautla.
Yecapixtla, Morelos, México

Juan Mendoza Hernández

Tecnológico Nacional de México / Instituto
Tecnológico de Cuautla.
Yecapixtla, Morelos, México

Liliana Camacho Bandera

Tecnológico Nacional de México / Instituto
Tecnológico de Cuautla.
Yecapixtla, Morelos, México

RESUMEN: La situación económica del país ha llevado a impulsar el emprendimiento desde las aulas de las Instituciones de Educación Superior con el firme interés de fomentar una cultura emprendedora, innovadora y empresarial en sus estudiantes, tratando de generar nuevas empresas que apoyen el desarrollo regional. El Tecnológico Nacional de México ha incluido en sus Planes de estudio este tema y realiza eventos a nivel nacional con este propósito, pero es necesario analizar si se ha logrado el objetivo,

tema central del presente trabajo. La investigación tuvo carácter retrospectivo de enfoque mixto, y un análisis prospectivo, delimitado por sus características de lugar y tiempo, en las instalaciones del Instituto Tecnológico de Cuautla. Resultados: las asignaturas y/o eventos académicos han contribuido parcialmente en la decisión de emprender generando en los estudiantes competencias que permitan crear su propia empresa. Propuesta: cursos sobre emprendimiento y fuentes de financiamiento, promover eventos para exponer los proyectos.

PALABRAS CLAVE: Emprendimiento, Instituciones de educación superior, Cultura emprendedora.

ENTREPRENEURSHIP IN HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS

ABSTRACT: The economic situation of the country has led to promoting entrepreneurship from the classrooms of Higher Education Institutions with the firm interest of fostering an entrepreneurial, innovative and business culture in their students, trying to generate new companies that support regional development. The National Technological Institute of Mexico has included this topic in its study plans and holds events at the national level for this purpose, but it is necessary to analyze whether the objective has been achieved, the central theme of this work. The research was retrospective, with a mixed approach, and a prospective réaten, delimited by its characteristics of place and time, in the facilities of the Technological Institute of Cuautla. Results: academic subjects and / or events have

partially contributed to the réaten to undertake, generating skills in students that allow them to réate their own company. Proposal: courses on entrepreneurship and sources of financing, promote events to expose projects.

KEYWORDS: Entrepreneurship, Institutions of higher education, Entrepreneurial culture.

EMPREENDEDORISMO EM INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR

RESUMO: A situação económica do país tem levado à promoção do empreendedorismo desde as salas de aula das Instituições de Ensino Superior com o firme interesse de fomentar uma cultura empreendedora, inovadora e empresarial nos seus alunos, procurando gerar novas empresas que apoiem o desenvolvimento regional. O Instituto Tecnológico Nacional do México incluiu este tema em seus planos de estudo e realiza eventos em nível nacional para esse fim, mas é necessário analisar se o objetivo foi alcançado, o tema central deste trabalho. A pesquisa foi retrospectiva, com abordagem mista, e uma análise prospectiva, delimitada por suas características de lugar e tempo, nas instalações do Instituto Tecnológico de Cuautla. Resultados: disciplinas acadêmicas e / ou eventos contribuíram parcialmente para a decisão de empreender, gerando nos alunos competências que lhes permitem criar a própria empresa. Proposta: cursos sobre empreendedorismo e fontes de financiamento, promoção de eventos para exposição de projetos.

PALAVRAS - CHAVE: Empreendedorismo, Instituições de ensino superior, Cultura empreendedora.

1 | INTRODUCCIÓN

El emprendimiento depende no solo del individuo emprendedor, sino también de un entorno institucional que facilite su desarrollo. Por esto es necesario analizar el papel que juegan las Instituciones de Educación Superior en el fomento e impulso a la creación de micro, pequeñas y medianas empresas; ya que resulta indispensable facilitar la capacitación, el adiestramiento y el asesoramiento para fomentar verdaderos proyectos de negocio puesto que en la medida en que se logre estimular el emprendimiento serán mayores los beneficios en el orden económico-social, pues dicho proceso contribuye a: incrementar la producción proporcionando más bienes y servicios al consumidor, fortalecer el mercado interno, integrar cadenas productivas, promover la vinculación Universidad – Empresas y por ende, fomentar la I+D, favoreciendo la innovación productiva.

Los emprendedores contribuyen a la reactivación económica al propiciar la creación de nuevas empresas. Su ímpetu para emprender ideas que lo lleven mejorar su entorno con lleva una serie de acciones que van marcadas por el crecimiento económico, proporcionando una mejor calidad de vida y mayor nivel de satisfacción de las necesidades sociales.

El emprendimiento ha sido estudiado desde diversas áreas del conocimiento: la economía, la psicología, la sociología, la organización de empresas, la historia y la antropología. Adicionalmente, la figura del emprendedor y su papel en la economía y la

sociedad se han analizado tanto a nivel individual, empresarial u organizativo y a nivel regional y/o global.

La idea de que el emprendimiento es un proceso que depende del individuo emprendedor, y de un entorno institucional que facilite su desarrollo implica considerar el papel de las instituciones encargadas de fomentar la creación de nuevas micro, pequeñas y medianas empresas, creando condiciones para el desarrollo de las potencialidades de los individuos.

Diseñar estrategias a través de modelos de gestión académica-administrativa es un campo en el que hay mucho que aportar, pero es necesario conocer los resultados de lo hasta ahora realizado en las instituciones de Educación Superior impulsando las iniciativas empresariales, a través de las cuales los emprendedores se fortalecen para proponer alternativas de generación de empleos mediante la creación de empresas de todo tipo.

En México, la necesidad de fuentes de trabajo obliga a las personas a incursionar en pequeños negocios de manera empírica sin tener todas las condiciones para asegurar su sostenibilidad en el tiempo y encontrar una solución a su precaria economía, e incluso muchos ni siquiera asumen el riesgo de comenzar un negocio, y esto provoca, entre otras consecuencias, que la cantidad de emprendimientos que se generan por años sea insuficiente en correspondencia con las necesidades socioeconómicas. Se pretende que los emprendedores surgidos de las aulas sean verdaderos agentes del cambio e innovación, que aporten al desarrollo económico y social de la región para lo cual es necesario conocer los resultados de lo hasta ahora realizado, con la finalidad de plantear nuevas o mejoradas estrategias

En el mundo, más del 90 por ciento de las empresas son Pymes. Estas empresas son generadoras del 40 por ciento del PIB y de un alto número de empleos en cada país o región, además de contribuir al desarrollo regional y al crecimiento económico (Davide, 2005). Por esta y otras muchas razones el emprendedor forma parte del mecanismo más importante de progreso social, ya que al ser llevadas al mercado sus innovaciones lo convierten en un generador y distribuidor de riqueza (Conde & Aguilar, 2002). En México, el 72% de los empleos se encuentran en las pequeñas y medianas empresas (Pymes), según la Secretaría de Economía, lo que las convierte en “la columna vertebral de muchas economías”. De acuerdo con datos del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), siete de cada 10 empleos en el país son creados por emprendedores (Caras, 2020). Jorge Corral, director ejecutivo de la Asociación de Emprendedores de México, en el marco del Día Mundial del Emprendimiento, el 16 de abril, “los emprendedores no solo están cambiando al mundo, también son el engranaje principal que mueve la economía y promueve la generación de empleos, los cuales son prioritarios para impulsar la recuperación económica” (Emmanuel, 2021).

Sin embargo no es fácil encontrar personas que tengan la capacidad y se decidan a crear su propia empresa (Madrigal Torres, 2005) por lo que las Instituciones de Educación

Superior (IES) se han convertido en una buena alternativa ya que no solo están preparando recursos humanos con habilidades para establecer y desarrollar empresas sino que están generando ideas de negocio, transfiriendo tecnología e innovación, desarrollando modelos para la creación de redes de negocio, entre otras actividades (Madrigal, 2004).

Ser emprendedor es una actitud personal y puede asumirse desde diversos niveles: personal, económico y social y todos ellos inciden en el desarrollo de una persona, una familia, una comunidad, un país e inclusive la humanidad. (García García, Garza Castaño, Sáenz Belmonte, & Sepúlveda García, 2003). Es donde sale a flote el espíritu emprendedor: al reflexionar en torno a expectativas de vida, a motivaciones, a ideales, a debilidades y fortalezas personales, a vocaciones, a gustos y preferencias, entre otros aspectos que permitirán hacer frente a los obstáculos o problemas que se presenten. Al crear una empresa, se adquiere una responsabilidad por lograr mantenerla y consolidarla en el tiempo y conseguir que todos aquellos involucrados, directa e indirectamente, con su desarrollo tengan la posibilidad de hacer sus proyecciones en función de su calidad de vida. El acto de crear empresa podrá parecer algo individual, pero sus resultados son colectivos.

Numerosos estudios han destacado el rol de las universidades como potenciales incubadores de empresas de base tecnológica y la relevancia de enlazar en los programas educativos los conocimientos científicos con los requerimientos del sector productivo (Gonzalez, 2002). Es importante considerar que la sociedad demanda cada vez más un papel activo de sus universidades, no sólo en la creación de conocimiento, sino en la transferencia de este. Así, las empresas universitarias, se han convertido en uno de los objetivos actuales de las autoridades académicas (Fernández, 2003) y es que la creación de empresas surgidas de las aulas de las IES demuestra el importante papel que estas juegan en la economía del conocimiento. Es importante también mencionar, que estas nuevas empresas se sitúan cerca de donde se crían y así facilitan el crecimiento de la economía local. Impulsan cambios en las IES al facilitar la incorporación de titulados en estas empresas, creando un mercado de conocimiento mediante los recursos humanos, y se produce una mejor valoración de los resultados obtenidos en materia de investigación (Rodeiro, Fernández, Rodríguez, & Otero, 2010).

Analizar si las actividades realizadas en las aulas del campus Cuautla del TecNM han contribuido a despertar el interés por emprender en nuestros estudiantes es el objetivo principal de este trabajo, con la finalidad de conocer de forma certera la aportación realizada, determinar si el camino es el correcto y que aspectos es necesario fortalecer y/o consolidar. Se pretende que la información recabada en este proyecto se convierta en un insumo que permita rediseñar estrategias de mejora, retroalimentando los planes y programas de estudio, apoyando en el diseño de las especialidades de cada uno de los programas educativos, lo que permitirá replantear la organización de las actividades y eventos creados con este fin, detectando sus fortalezas y debilidades, con la finalidad de mejorar aquellos aspectos que sean necesarios considerando las necesidades prioritarias

del entorno.

2 | DESCRIPCIÓN DEL MÉTODO

Efectuar una investigación requiere de una selección adecuada del tema a estudiar, de un buen planteamiento de la problemática y de la definición del método científico que se utilizara en dicha investigación. Para esto se hace necesario recolectar datos e informaciones pertinentes de fuentes primarias y secundarias y seleccionar las técnicas e instrumentos adecuados que constituyen las herramientas que auxilian en el proceso con la finalidad de hacer más productivo nuestro tiempo y evitar retazos (Giroux & Tremblay, 2004).

El enfoque de la investigación para este proyecto se considera que sea mixto, ya que presenta características cuantitativas y cualitativas. La parte cuantitativa, de acuerdo con lo que indica Hernández Sampieri (2018) se encuentra al contar con un problema delimitado y concreto, se llevó a cabo la revisión de la literatura para la construcción del marco teórico del cual deriva la hipótesis, la recolección de datos está fundamentada en la medición de variables y fueron analizados a partir de métodos estadísticos buscando la mayor objetividad posible utilizando la lógica o razonamiento deductivo.

Si bien muchos de los aspectos mencionados anteriormente corresponden también al enfoque cualitativo, en este caso se refiere principalmente al tipo de información que se pretende obtener, ya que lo que interesa conocer es el impacto que los programas de estudio y las diversas actividades establecidas por la institución han generado en ellos para provocar una cultura emprendedora, así como explorar su opinión acerca de este tipo de programas, determinar si se ha fomentado el interés en el aula por crear nuevas empresas y, en caso de descubrir nuevas empresas, conocer sus condiciones y características; aspectos fundamentalmente cualitativos que responden a un patrón de comportamiento cultural.

De acuerdo con Best (1982) este trabajo puede considerarse como una investigación descriptiva al referirse a actitudes que afectan un hecho presente y describir tendencias, al tiempo que se trata de un estudio comparativo causal con un alcance correlacional al pretender asociar las actividades académicas desarrolladas en la institución con el interés o desarrollo de una cultura emprendedora en los estudiantes y egresados.

El análisis es fundamentalmente de tipo prospectivo, delimitado por sus características de lugar y tiempo, definiendo como unidad de análisis o elemento la actual población estudiantil del Instituto Tecnológico de Cuautla integrada, en el semestre enero-junio 2019, por 2754 estudiantes, considerando preferentemente a quienes ya debieron haber cursado las asignaturas de Formulación y evaluación de proyectos y/o similares, ya que es en esas asignaturas en donde se concreta la elaboración de un proyecto de negocios, lo que permitirá conocer si existen estudiantes que esperan convertirse en

futuros empresarios, así como la forma en que las actividades escolares han fomentado en ellos dicha inquietud, por lo que podemos decir que nuestra población es finita, ya que está integrada por 410 estudiantes de acuerdo a datos proporcionados por la División de Estudios Profesionales del plantel.

Con la finalidad de medir las variables y obtener la información que dé respuesta al problema de la investigación de este trabajo se ha tomado la decisión de utilizar el método de muestreo probabilístico, en este caso, de forma aleatoria simple o al azar y por conveniencia de sitio, es decir, a aquellos estudiantes que se encuentren dentro de las aulas de la institución, de manera que cada uno de los individuos de la población tiene la misma posibilidad de ser elegido.

El cuestionario que se utilizó fue formulado en atención a las interrogantes y los objetivos específicos de la investigación y busca corresponder a la operación de las variables en sus dimensiones e indicadores, con preguntas cerradas policotómicas.

3 | RESUMEN DE RESULTADOS

La aplicación de instrumento de investigación se llevó a cabo de manera directa-personal a través de un muestreo aleatorio al azar y de conveniencia de sitio en las aulas de la institución obteniendo un total de 121 instrumentos aplicados. La información fue capturada y analizada mediante Excel. Considerando que las variables del estudio son fundamentalmente cualitativas al representar atributos de los elementos (Posada Hernández, 2016), estas han sido representadas por escalas nominales y ordinales para su análisis.

Con la pregunta número 1¹ se pretende conocer si los estudiantes tienen algún conocimiento previo sobre actividades emprendedoras habiendo cursado alguna asignatura relacionada con el tema. Como puede observarse en la gráfica No. 1 la mayoría de los estudiantes encuestados (73 %) ha cursado alguna asignatura relacionada con emprendimiento por lo que el tema no le es desconocido. Las asignaturas cursadas son principalmente: Administración, Formulación y evaluación de proyectos, Plan de negocios y Cultura empresarial; asignaturas en las que regularmente se trabaja en el diseño de algún tipo de proyecto de inversión.

¹ Las siglas en el gráfico corresponden al Programa Educativo: Contador Público (CP), Ingeniería en Gestión Empresarial (IGE), Ingeniería en Sistemas Computacionales (ISC), Ingeniería Mecatrónica (IM), Ingeniería Industrial (II) e Ingeniería Electrónica (IE).

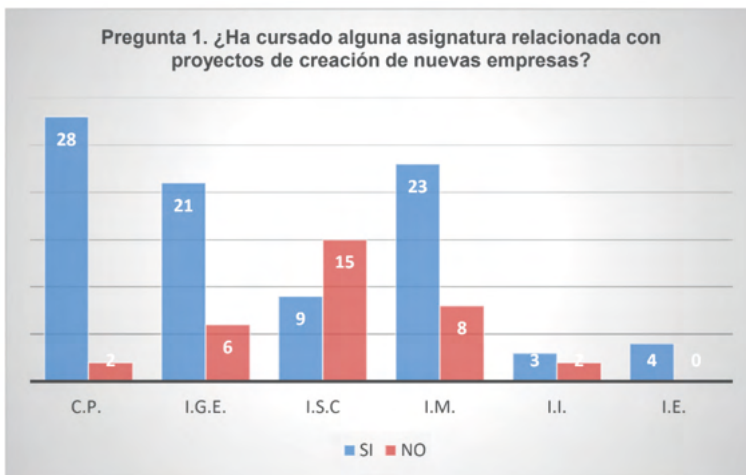


Gráfico 1. Elaboración Propia

Determinar si las asignaturas o eventos permitieron la adquisición de habilidades y/o competencias que resultasen útiles en la creación de una empresa es la razón de ser de la siguiente pregunta, encontrando que el (81%) de los estudiantes encuestados considera, ya sea de forma definitiva o parcial, que han adquirido competencias importantes para tomar la decisión de emprender y crear su propia empresa, respuesta que sustenta la hipótesis central de la investigación ya que lo que persiguen las IES en estos momentos, es generar este tipo de habilidades y competencias que permitan a los estudiantes y egresados pensar seriamente en establecer su propio negocio, debido a que cuentan con las bases académicas y profesionales que les permitan llevarlo a cabo. Los resultados se muestran en el grafico 4.

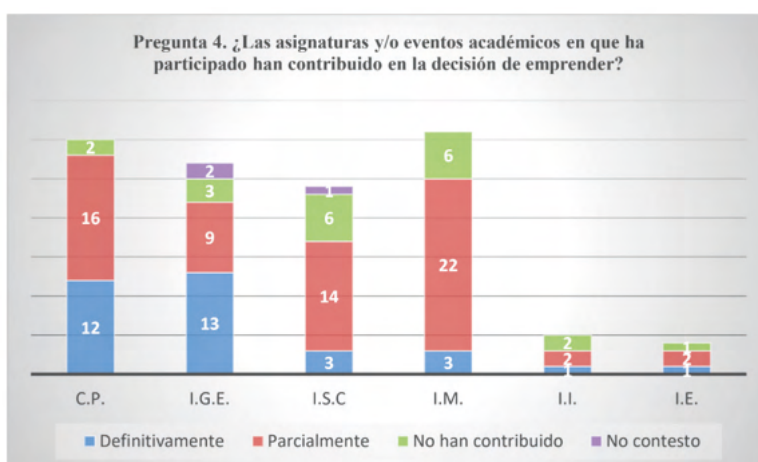


Gráfico 2. Elaboración Propia

Al igual que las preguntas 5 y 7, la pregunta 9 pide ordenar de acuerdo con la importancia considerada (donde 1 es el más importante y 6 el menos importante), aquellas actividades que, de acuerdo con su percepción, apoyan en la generación de una cultura emprendedora en los estudiantes. El orden dado es el siguiente: 1) Programas de las asignaturas, 2) presentación de proyectos, 3) concursos de emprendedores, 4) Conferencias sobre emprendimiento y en último lugar las actividades de la incubadora. Por lo que habrá que revisar los programas de las asignaturas para apoyar de una mejor forma la actividad.

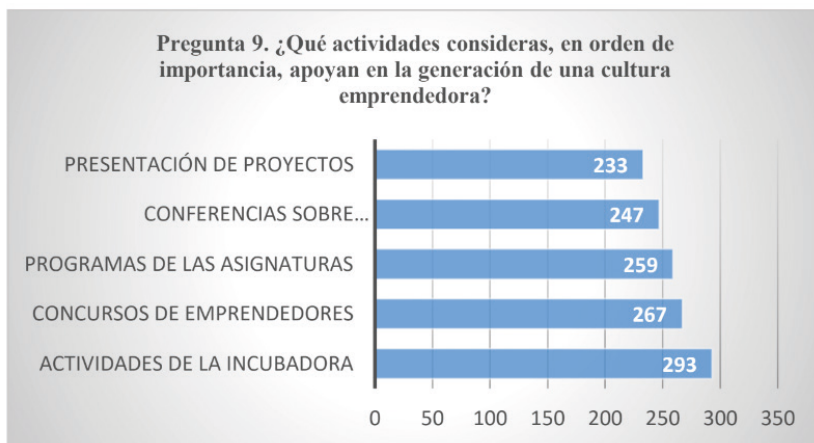


Gráfico 3. Elaboración Propia

Para concluir el análisis se realizó una tabulación cruzada separando a aquellos estudiantes que ya habían tenido contacto con alguna asignatura relacionada con el emprendimiento de aquellos que no con la finalidad de verificar la hipótesis observando que aquellos estudiantes que han cursado alguna asignatura relacionada con emprendimiento han contestado de una manera afirmativa en prácticamente todos los cuestionamientos encontrando solo una debilidad en lo que se refiere a su participación en eventos académicos, situación que habrá que reforzar.

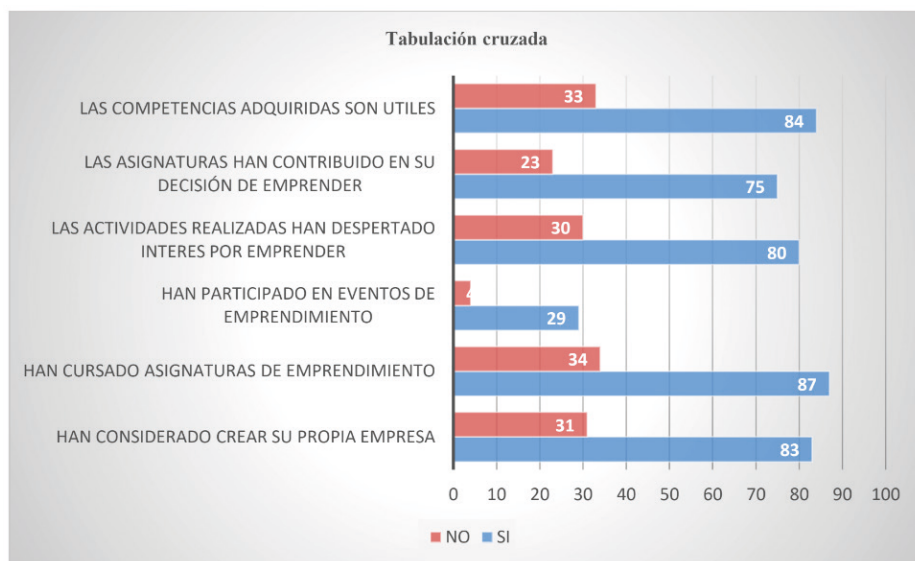


Gráfico 4. Elaboración Propia

4 | CONCLUSIONES

Considerando los resultados obtenidos a la fecha y analizando de manera particular cada una de las variables podemos concluir:

Se han desarrollado en los estudiantes habilidades y competencias como liderazgo, iniciativa, innovación, trabajo en equipo y creatividad que se convierten en herramientas de apoyo a la actividad emprendedora y los estudiantes concuerdan en ello, además de reconocer (de acuerdo a los resultados del ítem 6) que son útiles en el momento de iniciar un negocio.

Las actividades realizadas en la institución han despertado en ellos el interés por emprender aunque sea de forma parcial y se encuentran interesados en participar en otras actividades con este tema sugiriendo cursos, conferencias y talleres específicos, acercamiento a fuentes de financiamiento, proponiendo la realización de un mayor número de eventos académicos internos y/o externos así como una mejor difusión de los mismos de manera de incrementar la participación de los estudiantes en este tipo de eventos que, como se ha visto, despierta el interés en emprender.

RECOMENDACIONES

Se requiere trabajar en la formación de una cultura emprendedora ya que no es un elemento al que los estudiantes le otorguen un alto nivel de reconocimiento a través de las actividades mencionadas anteriormente.

Se encuentra pendiente la aplicación de encuestas a egresados, actividad planeada

para el semestre agosto-diciembre 2019 para lo cual se cuenta con la base de datos con información de los exalumnos hasta el año 2017, misma que se considera suficiente de acuerdo al tema del presente trabajo y ya se elaboró el borrador del cuestionario que será enviado vía correo electrónico

REFERÊNCIAS

Best, J. (1982). *Como investigar en educación* (9a. ed.). Madrid, España: Ediciones Mofrata.

Caras, R. (2 de diciembre de 2020). *12 Datos del emprendimiento en México que necesitas saber*. Obtenido de Revista Caras: <https://www.caras.com.mx/especiales/12-datos-del-emprendimiento-en-mexico-que-necesitas-saber/>

Conde, R., & Aguilar, M. (2002). *Reconsideración de dos actores clave del desarrollo económico: La pequeña empresa y el emprendedor*. México: VI Congreso Nacional en Ciencias Administrativas.

Davide. (2005). *El enfoque sistémico para el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas*. México: Colegio de Tlaxcala.

Emmanuel. (19 de abril de 2021). *Así es el emprendimiento en México*. (E. P. Edomex, Ed.) *El Pulso*. Recuperado el septiembre de 2021, de Así es el emprendimiento en México - El Pulso Edomex

Fernández, C. (2003). *El capital riesgo y las spin-offs universitarias. Iniciativa emprendedora*, 119-127.

García García, E., Garza Castaño, R., Sáenz Belmonte, L., & Sepúlveda García, L. (2003). (2003). *Formación de Emprendedores*. México: Compañía Editorial Continental.

Giroux, S., & Tremblay, G. (2004). *Metodología de las Ciencias Humanas*. México: Fondo de Cultura Económica.

Gonzalez, J. A. (11 de noviembre de 2002). *Crear empresa como opción de vida*. Obtenido de Gestipolis: <https://www.gestipolis.com/crear-empresa-opcion-vida/>

Hernández, R. F. (2018). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw Hill.

Madrigal Torres, B. E. (2005). *Formación de emprendedores como ventaja competitiva: Moda o necesidad*. (ICESI, Ed.) Obtenido de <http://www.icesi.edu.co/ciela/programa.jsp>

Madrigal, B. E. (2004). *Liderazgo, enseñanza y aprendizaje*. México: IPN.

Posada Hernández, G. (2016). *Elementos Básicos de Estadística Descriptiva para el análisis de datos*. Medellín, Colombia: Fundación Universitaria Luis Amigó.

Rodeiro, D., Fernández, S., Rodríguez, A., & Otero, L. (2010). (2010). *Factores determinantes de la creación de spinn-offs universitarias*. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 47-68.

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 

contato@atenaeditora.com.br 

@atenaeditora 

www.facebook.com/atenaeditora.com.br 

ECONOMIA:

GLOBALIZAÇÃO E DESENVOLVIMENTO



www.atenaeditora.com.br 

contato@atenaeditora.com.br 

@atenaeditora 

www.facebook.com/atenaeditora.com.br 

ECONOMIA:

GLOBALIZAÇÃO E DESENVOLVIMENTO