

## declara o de imposto de renda a

esporte e consumismo são dois fatores que afetam o crescimento do produto.

Em geral o crescimento econômico e social conduzido geralmente pela agricultura, da pecuária e da pesca, embora o desenvolvimento também se estende também para a manufatura e demais serviços e para manufatura de bens manufaturados.

A produção em si gerada principalmente através da agricultura, pecuária e indústria.

Por outro lado, quanto maior o número de consumidores, mais empresas se tornam mais ativas nas vendas de bens, como também é evidente na utilização da agropecuária.

Conforme dados da Eurlustra de 2010, houve cerca de 700 mil empresas operando em todo o mundo, a maioria se localizando em países como Espanha, Estados Unidos e México, em maior parte por meio de mercados internacionais.

Na década de 60, a urbanização começou a aumentar em muitos países e o comércio bilateral cresceu consideravelmente, entre os países de hoje.

A tendência da urbanização e dos seus habitantes em geral aumentar a cada vez mais, quando se consideram mais os países industrializados da Europa, África, Ásia e América do Sul.

Estes países se tornaram um entrave do mercado global, o que pode permitir que mais pessoas se morem e trabalhem com menos pressão que a média da Europa do século XIX.

A tendência está em evidência no Brasil que em 2011 a população da capital é 80%, enquanto que em 2008 era 45% e em 2010 foi 34%.

Na América Latina, a maioria dos habitantes vive no campo e seus arredores em áreas rurais.

As pequenas cidades em todo o país são as mais ricas, mas tem como principais pontos comerciais a área metropolitana, que representa 40% da população.

Em 2011, os brasileiros tiveram aumento de mais de 20% nessa região: as regiões metropolitanas brasileiras constituem 60% a mais alta renda do mundo, com áreas metropolitanas como as dos grandes centros urbanos como Porto Alegre e Manaus.

Em 2010, as empresas de capital como Vale do Rio Doce e Vale do Paraíba foram as maiores regiões metropolitanas do país, com vendas e consumo ultrapassando as cidades com menor desenvolvimento.