

EMPREENDEDORISMO RELIGIOSO: UM ESTUDO DE ORGANIZAÇÕES QUE COMERCIALIZAM ARTIGOS RELIGIOSOS NO MUNICÍPIO DE MURITIBA-BA

Thais Andressa Mota dos Santos^{*}
Cássio Rodrigues de Souza^{**}
Andrea de Oliveira Silva^{***}

O empreendedorismo é um fenômeno de interesse crescente por parte da comunidade e comércio, onde pesquisas científicas procuram compreender e verificar as influências de valores, símbolos e comportamentos destinados às atividades empreendedoras. O contexto de um ambiente religioso vigoroso, diversificado e competitivo abre espaço para muitas igrejas atuarem como verdadeiros empreendimentos. Por se caracterizar como um agente de definição da moral e dos valores, a religião, marca o processo empreendedor com características próprias, esses valores agem sobre o indivíduo definindo suas ações e motivações durante o processo empreendedor. Nesse sentido, o empreendedorismo religioso, caracteriza-se por se manifestar principalmente no âmbito de empresas voltadas para comercialização de artigos e produtos religiosos, além disso, é inegável que um dos fatores que mais motivam o processo empreendedor nessa área está entre a fé e oportunidade, isso porque se considera a forma particular de diversos tipos de religiões e concepções. Nesse contexto, o trabalho tem como objetivo analisar como se dá o processo empreendedor na comercialização de produtos e artigos religiosos. Quanto aos pressupostos metodológicos essa pesquisa caracteriza-se como estudo de caso, com abordagem qualitativa, utilizando como instrumento de coleta de dados entrevistas semiestruturadas aplicadas aos gestores das empresas no segmento religioso da cidade de Muritiba-Ba, e questionários que serão aplicados aos consumidores. Dentre os resultados esperados na pesquisa estão a identificação dos motivos que influenciaram a comercialização dos produtos e a averiguação da relação com vínculos religiosos, identificar o perfil dos consumidores dos artigos religiosos, compreender o processo empreendedor na comercialização de artigos e produtos religiosos, verificar quais são os principais motivos que levam os consumidores a adquirir os produtos e descrever as principais dificuldades na comercialização do ramo religioso. Além disso, identificar as práticas empreendedoras aplicadas ao segmento religioso e a relação entre a divulgação da doutrina religiosa e o comércio de artigos religiosos. Por fim, esta pesquisa busca relatar uma realidade pouco conhecida no âmbito dos estudos em empreendedorismo e nos estudos organizacionais.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Processo Empreendedor. Comercialização. Religião

^{*} Graduanda em Administração na Faculdade Maria Milza (FAMAM). thaisandressa.mota@hotmail.com

^{**} Graduando em Administração na Faculdade Maria Milza (FAMAM). cassiorodrigues7412@outlook.com

^{***} Mestre em Desenvolvimento Regional e Meio Ambiente pela Faculdade Maria Milza; Professora Orientadora na Faculdade Maria Milza e no Centro de Integração Empresa Escola. andreaosilva@yahoo.com.br