



## **UM ESTUDO COMPARATIVO ENTRE EMPREENDEDORES CATÓLICOS E DE RELIGIÕES DE MATRIZ AFRICANA QUE COMERCIALIZAM ARTIGOS RELIGIOSOS NO MUNICÍPIO DE MURITIBA-BA.**

Cássio Rodrigues de Souza<sup>1</sup>; Thais Andressa Mota dos Santos<sup>1</sup>; Andrea de Oliveira Silva<sup>2</sup>.

<sup>1</sup>Graduando em Administração na Faculdade Maria Milza (FAMAM), cassiorodrigues7412@outlook.com; <sup>1</sup>Graduanda em Administração na Faculdade Maria Milza (FAMAM), thaisandressa.mota@hotmail.com; <sup>2</sup>Mestra em Desenvolvimento Regional e Meio Ambiente (FAMAM), andreaosilva@yahoo.com.br.

O empreendedorismo pode ser caracterizado como o desenvolvimento de uma ideia que se transforma em um negócio de sucesso e por esse motivo é um fenômeno de interesse crescente por parte da comunidade e comércio, conseqüentemente, contribuindo com o crescimento e desenvolvimento econômico. Nesse sentido Instituições religiosas também empreendem e, geralmente motivadas pela fé e a oportunidade, uma vez que, as religiões são caracterizadas pela pluralidade de concepções e dogmas. Essa vertente do empreendedorismo se manifesta principalmente na comercialização de artigos e produtos religiosos, porém, está relacionada também ao turismo e eventos religiosos. No empreendedorismo religioso, a religião exerce o papel de delimitar a moral e propagar valores influenciando os gestores no gerenciamento, e no posicionamento ético, além disso, a mesma influencia na iniciativa e motivação para criar e continuar com o novo negócio. O surgimento de novas igrejas proporciona a uma maior atuação empreendedora de líderes religiosos com a comercialização de produtos com influências de valores, símbolos e comportamentos religiosos. Nesse sentido, o presente trabalho tem como objetivo analisar quais são as práticas empreendedoras de líderes religiosos, católicos e de matriz africana, na comercialização de seus produtos. 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 líderes das empresas do segmento religioso no município de Muritiba-Ba, e questionários que serão aplicados aos consumidores. Dentre os resultados esperados na pesquisa estão à identificação dos motivos que influenciaram a comercialização dos produtos, identificar se existe a relação entre a religiosidade e o ato de empreender, verificar quais são os principais motivos que levam os consumidores a adquirir os produtos, descrever as principais dificuldades na comercialização no ramo religioso, identificar as práticas empreendedoras aplicadas aos diferentes segmentos religiosos e a relação entre a divulgação da doutrina religiosa e o comércio dos artigos religiosos. Por fim, esta pesquisa busca relatar uma realidade pouco explorada no âmbito dos estudos em empreendedorismo e nos estudos organizacionais, porém, presente e essencial no dia a dia da população.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo. Religião. Inovação. Gestão.