



CENTRO UNIVERSITÁRIO DOUTOR LEÃO SAMPAIO  
ADMINISTRAÇÃO  
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

JUCIÊ DEMÓSTENES LOPES ROCHA

**O EMPREENDEDORISMO RELIGIOSO NA COLINA DO HORTO DA CIDADE DE  
JUAZEIRO DO NORTE – CE SOB AS PERSPECTIVAS DOS EMPREENDEDORES  
INFORMAIS**

JUAZEIRO DO NORTE – CE  
2020

JUCIÊ DEMÓSTENES LOPES ROCHA

**O EMPREENDEDORISMO RELIGIOSO NA COLINA DO HORTO DA CIDADE DE  
JUAZEIRO DO NORTE – CE SOB AS PERSPECTIVAS DOS EMPREENDEDORES  
INFORMAIS**

Trabalho de Conclusão de Curso – *Artigo Científico*,  
apresentado à Coordenação do Curso de Graduação  
em Administração do Centro Universitário Doutor  
Leão Sampaio (UniLeão), em cumprimento às  
exigências para a obtenção do grau de Bacharel em  
Administração.

Orientador: Prof. Ms. Francisco Demontiez Dias  
Junior.

**O EMPREENDEDORISMO RELIGIOSO NA COLINA DO HORTO DA CIDADE DE  
JUAZEIRO DO NORTE – CE SOB AS PERSPECTIVAS DOS EMPREENDEDORES  
INFORMAIS**

Este exemplar corresponde à redação final do trabalho de conclusão de curso de Juciê Demóstenes Lopes Rocha.

Data da aprovação: \_\_\_\_ / \_\_\_\_ / \_\_\_\_

BANCA EXAMINADORA:

Assinatura: \_\_\_\_\_

Assinatura: \_\_\_\_\_

Assinatura: \_\_\_\_\_

# O EMPREENDEDORISMO RELIGIOSO NA COLINA DO HORTO DA CIDADE DE JUAZEIRO DO NORTE – CE SOB AS PERSPECTIVAS DOS EMPREENDEDORES INFORMAIS

ROCHA, Juciê Demóstenes Lopes<sup>1</sup>  
DIAS JUNIOR, Francisco Demontiez<sup>2</sup>

## RESUMO

O empreendedorismo religioso está em constante crescimento e ao longo dos anos se legitima como um dos mais lucrativos setores do desenvolvimento socioeconômico brasileiro. Diante disso, o objetivo deste estudo consistiu em analisar o empreendedorismo religioso na Colina do Horto, com base nas perspectivas dos empreendedores informais da cidade de Juazeiro do Norte – CE. A partir do referencial teórico se articula a relação indissociável entre o empreendedorismo e a religião como uma oportunidade de negócio, os tipos de empreendedor e o processo de empreender, descrevendo os conceitos acerca dos principais aspectos sobre o tema. A metodologia adotada se configura como sendo uma pesquisa de opinião, descritiva-exploratória, de levantamento de campo e com abordagem quantitativa. Os principais resultados levam para identificação de quatro tipos de empreendedor religioso na Colina do Horto, assim como mostram que os aspectos específicos que os compõem fazem do comércio na Colina do Horto um fator imprescindível para o desenvolvimento socioeconômico da cidade de Juazeiro do Norte – CE.

**Palavras-Chave:** empreendedorismo; empreendedorismo religioso; empreendedores informais;

## ABSTRACT

Religious entrepreneurship is constantly growing and over the years it has become one of the most profitable sectors of Brazilian socioeconomic development. Therefore, the objective of this study was to analyze the religious entrepreneurship on Horto Hill, based on the perspectives of the informal entrepreneurs of the city of Juazeiro do Norte - CE. From the theoretical reference it is articulated the inseparable relationship between entrepreneurship and religion as a business opportunity, the types of entrepreneur and the process of undertaking, describing the concepts about the main aspects on the subject. The methodology adopted is configured as an opinion survey, descriptive-exploratory, field survey and quantitative approach. The main results lead to the identification of four types of religious entrepreneur in the Horto Hill, as well as show that the specific aspects that compose them make the commerce in the Horto Hill an indispensable factor for the socioeconomic development of the city of Juazeiro do Norte - CE.

**Keywords:** entrepreneurship; religious entrepreneurship; informal entrepreneurs;

## 1. INTRODUÇÃO

De acordo com Duarte *et.al* (2016) o turismo religioso é uma atividade que consiste em peregrinar (viajar) e/ou fazer estada em espaços religiosos, sejam eles: cidades, sítios ou

---

<sup>1</sup> Autor: Aluno do curso de Administração do Centro Universitário Leão Sampaio

<sup>2</sup> Orientador: Mestre em Administração pela UFPE.

retiros espirituais com atividades culturais diversas ligadas a religiosidade. Ainda segundo o autor, quem peregrina possui em si o “fervor religioso” que o motiva a considerar tais espaços como sagrados e são ideais para as manifestações de suas crenças. Em paralelo a isso, esses espaços religiosos tendem a ser um ambiente de forte consumo de produtos advindos da fé, fazendo do local sagrado de peregrinação, um comércio em estado constante de ascensão de desenvolvimento socioeconômico. (CARVALHO et.al, 2015).

Segundo Bráz *et.al* (2016) a cidade de Juazeiro do Norte – CE encaixa-se na definição de espaço religioso para a manifestação da fé e do consumo. O fato da cidade de Juazeiro receber todos os anos cerca de 2,5 milhões de turistas, dos 15 milhões de pessoas que realizam peregrinações religiosas em todo país, faz com que ela seja um dos polos de turismo religioso mais importante do Brasil. Desse modo não há como dissociar o crescimento do comércio local da religiosidade, pois, Juazeiro é conhecida como a Capital da fé e do trabalho, dado que abrigam pessoas dos mais diversos estados e até mesmo de países, despertando nos habitantes o desejo de comercializar produtos que possam ser adquiridos pelos visitantes. (GUERRA, 2015).

Neste sentido, Pereira (2013) classifica Juazeiro como “duas cidades”: a que vive em torno do sagrado e a outra em função do comércio, não sendo possível separar essas duas realidades, pois se complementam. Por ter o Padre Cícero como a base da fé dos romeiros e do comércio, e, a Colina do horto concentrar o comércio religioso relevante para o turismo local, sendo um ponto turístico “obrigatório” de visitação, por conta da estátua do Padre Cícero (com 25 metros de altura), o Santo Sepulcro, a Via Sacra, a Muralha da Guerra de XIV, o Museu vivo da Cultura Popular Nordestina e a Igreja Boa Jesus do Horto. (DUARTE, 2016).

Percebe-se, portanto, o fato de que o crescimento econômico da cidade de Juazeiro do Norte está diretamente ligado as peregrina es durante as diversas romarias que ocorrem na cidade todos os anos e o Padre Cícero ser um “ cone cultural” e as manifesta es de fé dos romeiros entorno dele se tornaram objetos de comercializa o que fazem do comércio religioso uma prática de empreendedorismo extremamente importante (PEREIRA, 2013). Diante disso, surge a seguinte problemática: Quais são as principais características do empreendedorismo religioso do comércio da Colina do horto na cidade de Juazeiro do Norte?

De modo a buscar as respostas para a questão, foi traçado como objetivo geral desse estudo: Analisar o empreendedorismo religioso na Colina do Horto, com base nas perspectivas dos empreendedores informais da cidade de Juazeiro do Norte – CE. Tem-se como objetivos específicos: 1. Abordar os conceitos sobre empreendedorismo e

empreendedorismo religioso; 2. Identificar e apresentar o perfil dos empreendedores informais na Colina do horto, partindo da descrição dos conceitos sobre os diversos tipos de empreendedor; 3. Averiguar como se dá atividade empreendedora dos comerciantes na Colina do Horto a partir dos dados coletados; 4 Demonstrar a contribuição dos empreendedores do comércio na Colina do Horto no desenvolvimento socioeconômico da cidade Juazeiro do Norte – CE.

Diante do exposto, justifica-se a necessidade do estudo, dado que o pesquisador conhece o local e como o comércio na Colina do Horto contribui para o crescimento da comunidade, gera empregos (formais e informais) e renda, além de contribuir com o desenvolvimento socioeconômico da cidade. Outro fator determinante que justifica a escolha deve-se a necessidade de compreender a maneira com que os empreendedores realizam a gestão de seus empreendimentos, quais as motivações para a criação e manutenção desses estabelecimentos ao longo dos anos, de modo a poder analisar e refletir quais as práticas administrativas são utilizadas por eles. Para assim poder traçar um perfil do empreendedor da Colina do Horto e obter uma dimensão da contribuição dos mesmos para o desenvolvimento socioeconômico do comércio religioso do município de Juazeiro do Norte – CE, a partir do comércio aos arredores da estátua do Padre Cícero, no bairro Horto.

## **2. REFERENCIAL TEÓRICO**

### **2.1 EMPREENDEDORISMO**

Para Serafim e Feuerschutte (2015) a primeira vez que o termo empreendedor foi usado no sentido econômico, ocorreu no século XVIII e enfatizava que o empreendedor estava disposto a correr riscos investindo seu capital em novas atividades, mesmo diante das incertezas dos mercados visavam sempre novas oportunidades e mais lucratividade.

Segundo Borges *et.al* (2014) o termo empreendedorismo deriva da palavra de origem francesa *entrepreneur*, cujo significado se refere a quem e/ou aquele que inicia algo novo e assume os riscos que podem surgir e interferem na realidade socioeconômica vigente. Ainda segundo o autor o empreendedorismo tem como base a liberdade, a autonomia e no potencial do empreendedor, o estimulando a conseguir traçar metas e alcançar seus objetivos. Com o passar dos tempos, o conceito do empreendedor passou por mudanças, face às inovações na área econômica e social, e está presente em muitas produções científicas e acadêmicas (PEREIRA, 2013).

Neste sentido empreender quer dizer "fazer algo", representando a máquina propulsora do desenvolvimento econômico, permitindo que o sistema se renove e progrida cada vez mais. Para Chiavenato (2007) o empreendedor é aquele que faz acontecer, é a pessoa que possui "tino" mais assertivo para os negócios, mais capacidade de reconhecer novas oportunidades, e assim transformar ideias em realidade, para seu próprio benefício e da comunidade.

Assim, se percebe que o empreendedorismo se estrutura em cinco aspectos: 1. Introdução de um bem ou de uma nova qualidade; 2. Introdução de novo método de produção; 3. Abertura de um novo mercado; 4. Conquista de uma nova fonte de oferta de matérias-primas ou bens semimanufaturados; e 5. Estabelecimento de uma nova organização de qualquer indústria (SCHUMPTER (1997) in PEREIRA, 2013).

Quando o empreendedor compreende tais conceitos, é capaz influenciar na realidade socioeconômica da comunidade na qual o seu empreendimento está localizado. Hisrich e Peters (2004) apontam que o ato empreender requer tempo, esforço e dedicação, assim como responsabilidade ao assumir riscos nas áreas: financeira, psíquica/psicológica e sociocultural, pois criar algo novo gera recompensas e consequências importantes relacionadas a autonomia profissional e pessoal.

Neste sentido, ao se falar em empreendedorismo, é necessário compreender que é uma expressão e uma prática utilizada para se reportar ao movimento e as mudanças feitas pelo empreendedor, à pessoa que faz algo novo. O fato de envolver indivíduos que assumem riscos em prol do novo vem tornando o empreendedorismo tema de debates e estudos relevantes, pois é o resultado da transformação de ideias em oportunidades de negócio, capaz de influenciar diretamente o desenvolvimento socioeconômico de uma comunidade, interferindo de maneira significativa no modo de vida das pessoas (DORNELAS, 2008).

Diante do exposto, percebe-se que ser empreendedor é ter capacidade de ter atitudes proativas, buscar entrar, crescer e permanecer num mercado de empregabilidade competitivo e em crescente ascensão. Para que seja possível entender o relevante papel do empreendedorismo, torna-se imprescindível entender que há diversos tipos de empreendedor, só após se ter compreensão dessa tipologia é possível buscar resultados que venham a conduzir os diferentes tipos de empreendedores e melhorar os resultados de seus empreendimentos.

## 2.2 TIPOS DE EMPREENDEDOR

De acordo com Pereira *et.al* (2013) e Julien (2010) é evidente a diversidade dos tipos de empreendedores, pois o ato de empreender envolve não só o processo de criação e abertura de um negócio, mas também as motivações, os comportamentos, as oportunidades, assim como aspectos sociais, culturais e religiosos.

Já Resende (2008) pontua que classificar os tipos de empreendedor, os prendendo as definições padronizadas, é um exercício perigoso e restritivo, dada a complexidade e ao constante estado de construção e mudanças do homem e da própria sociedade. Portanto, segundo o autor não se pode determinar que um indivíduo faz parte de uma tipologia específica sem considerar as diferentes personalidades, habilidades, temperamentos e o ambiente em que vivem.

Observa-se então a complexidade de se padronizar a tipologia e corrobora a necessidade de se tipificar tendo como base as diferentes personalidades e comportamentos, pois só se compreenderá como esse grupo de pessoas efetiva seu papel na sociedade na qual atua em prol da própria independência e como o empreendedor contribui para o desenvolvimento socioeconômico pessoal e da sociedade, se houver a possibilidade de os diferenciar (MINELLO; SCHERER, 2012).

Diante disso, tendo como base a visão de Dornelas (2008) se percebe a necessidade de apontar uma tipologia que ajude na compreensão, discussão e análises sobre o assunto, assim segundo o autor o empreendedor pode ser classificado da seguinte forma:

- Empreendedor Nato – São pessoas que desde muito jovens iniciaram suas atividades trabalhistas de forma espontânea, natural, sem orientação, apenas empreendem por terem habilidades para os negócios. Geralmente são de famílias que já possuem algum tipo de negócio. Muitas das vezes são apontados como pessoas visionárias;

- Empreendedor que aprende– É aquele que deseja, sonha, almeja ter seu próprio negócio, e que face a crise econômica ou por estar desempregado, e até mesmo insatisfeito com sua ocupação, decide abrir seu próprio negócio. Para que possa ser um vencedor, terá que aprender a lidar com as novas possibilidades de negócio e com as fases do novo empreendimento.

- Empreendedor Serial - Aquele que está sempre a criar algo. Muito apaixonado pelo que faz, mas não se contenta com pouco, busca sempre mais, deseja que sua empresa seja uma grande organização. Envolve-se diversos negócios simultaneamente e não se cansa de empreender;

- Empreendedor Corporativo - É aquele que está à frente das empresas, organizações e que inova no mercado empresarial, buscando resultados e para isto utiliza estratégias inovadoras e trabalha com um time comprometido;

- Empreendedor Social – Conhecido como pessoas que se preocupam com as causas humanísticas; buscam criar oportunidades para quem nunca teve ou não têm acesso às mesmas, através de projetos sociais, oferecendo a quem precisa de um mundo melhor;

- Empreendedor por Necessidade - Pessoa que não tem outra alternativa a não ser criar o seu negócio. Via de regra não está tendo acesso ao mercado de trabalho formal e por isso se torna autônomo;

- Empreendedor Herdeiro (Sucessão Familiar) - Aquele que se torna empreendedor em função de ter que assumir os negócios da família e que seu legado é dar continuidade aos negócios e crescimento da empresa (DORNELAS, 2008).

Nota-se que a tipologia acima citada leva a necessidade de se compreender não só as “razões” e/ou “motivações” que levam um indivíduo a empreender, como também define o perfil no qual esse empreendedor se encaixa e esse fato tende a determinar como o processo empreendedor acontece e se o empreendimento trará resultados positivos a longo prazo.

### 2.3 O PROCESSO EMPREENDEDOR

A definição de empreendedor é atrelada a alguém que busca transformar seus sonhos em realidade. Assim o empreendedorismo se configura atualmente como o combustível do desenvolvimento socioeconômico contemporâneo. Assim o processo de empreender se inicia quando um evento gera a possibilidade do surgimento de um novo negócio, e, se entende que o “talento empreendedor” é o resultado da percepção, direcionamento, organização, dedicação e muito trabalho, identificando e avaliando oportunidades, desenvolvendo planos de negócios, determinando e captando os recursos necessários e gerenciando a empresa criada (DORNELAS, 2008).

De acordo com Borges *et.al* (2014), o processo empreendedor engloba diversas características, sejam elas: pessoais, coletivas e contextuais, desde que haja a possibilidade de identificar e explorar as diversas formas de como executar e aproveitar as oportunidades de um empreendimento. Ainda segundo o autor, as ideias e as motivações do empreendedor são os aspectos que determinam e moldam as suas ações. Neste sentido, é necessário que se valorize o que motiva o empreendedor a abrir um negócio, interessa-se compreender que há

um entendimento diferente dos conceitos, razões diferentes, diversos perfis e modos de agir são capazes de influir diretamente no processo empreendedor.

Duarte *et.al* (2016) defende que para o empreendedor compreender o processo no qual passa, é preciso que esses indivíduos entendam o conceito de oportunidade, que tenha um comportamento proativo mesmo que as suas motivações para empreender, sejam a de suprir a necessidade de obter renda suficiente para sua sobrevivência. Quando se está inserido nesse processo explorar as oportunidades que surgem é quase impossível.

Assim quando a ideia de empreender surge o processo já se inicia, pois ela nasce da criatividade do empreendedor e as ações para concretizar o levam a ter que lidar com elementos sociais e econômicos que por vezes facilitam e/ou limitam a obtenção dos resultados traçados por ele. Pereira (2013) reforça tal perspectiva ao apontar que mesmo a menor das ações pode levar a uma inovação radical, isso faz com que o processo empreendedor deva ser visto pela ótica da multidimensionalidade, pois envolve o indivíduo que empreende seu empreendimento e o local no qual esse está localizado.

Neste sentido Bráz *et.al* (2016) destaca que o aspecto cultural que envolve símbolos, valores, costumes e a historicidade de um lugar, influencia as ações empreendedoras e determina que caminho o processo empreendedor ocorre. Para Dana (2010) o processo empreendedor que liga religião e cultura, dá aos empreendedores características bem específicas e as ações tomadas por meio delas, promovem, propagam e ensinam como se deve empreender e por essa razão possuem características únicas.

## 2.4 EMPREENDEDORISMO RELIGIOSO

Acredita-se que o empreendedorismo associado a religião, influencia diretamente na motivação e na ação do empreendedor e no seu processo de empreender. Para Enoque *et.al* (2014) o chamado “empreendedorismo religioso” faz com que surjam métodos gerenciais únicos na comercializar artigos religiosos, dado que não envolve apenas a questão da sobrevivência, pois há a uma fundamentação, manifestação e dinâmica própria nesse tipo de empreendimento.

Para Borges *et.al* (2015) a religião enquanto oportunidade de negócio é hoje um dos mais lucrativos e promissores mercados. As motivações que levam os indivíduos a empreender estão ligados as suas crenças, cultura e o modo de ser e agir. Ainda segundo o autor a quem enxergue a mercantilização do sagrado devido as demandas de um mercado

específico, no caso a venda de diferentes artigos religiosos, com foco na imagem e na história de um “santo” e romarias.

O empreendedorismo religioso pode ser considerado como sendo um processo empreendedor de “percepção de possibilidades” atrelado diretamente a “oportunidade de negócio” (BRÁZ *et.al*, 2016). Já Carvalho *et.al* (2015) argumenta que a exploração comercial do sagrado, surge da ideia de servir, passa pela descoberta do empreendedor em atuar nesse setor, que o conduz a aproveitar da oportunidade de criar um empreendimento que possa atender as necessidades dos peregrinos/romeiros, tido como “uma luz que Deus abriu o caminho” através da “fé” para que o empreendedor “sirva a Deus” por meio do trabalho, comercializando artigos religiosos.

Cabe ressaltar que existem espalhados pelo mundo locais históricos que são considerados sagrados que recebem milhares de peregrinos ao redor do mundo das mais variadas religiões, fomentando assim o turismo, tais como: Meca, Fátima, Assis, Jerusalém, Belém, Roma, Juazeiro do Norte entre outros que se destacam devido à devoção dos fiéis/romeiros/peregrinos objetos de admiração e respeito por turistas das mais diversas denominações religiosas (GOMES, 2013).

Neste sentido, a cidade de Juazeiro do Norte – CE é um dos mais importantes polos de comercialização de artigos religiosos e a cidade do Estado do Ceará que mais recebe turistas/romeiros. Juazeiro conquistou a sua emancipação em 1911 e originou-se através do comércio, atividade financeira predominante ainda hoje. Porém, seu marco histórico está relacionado ao turismo religioso que ocorre em prol das romarias dedicadas ao Padre Cícero e símbolos católicos (GOMES, 2013; WALKER, 2010).

Tendo o fator religioso como impulsionador do comércio local, explora comercialmente a sacralidade da figura do Padre Cícero Romão Batista, como meio de promoção do desenvolvimento socioeconômico do Juazeiro. O turismo religioso tem uma importância histórica muito grande, é uma linha que está sempre muito forte e alicerçada na fé, na ideologia e nas crenças. Ele pode ocorrer como turismo individual ou coletivo, organizado em forma, por exemplo, de romarias, peregrinações ou pagamento de promessas, de acordo com a fé que o indivíduo ou grupo professa (CARVALHO *et.al* 2015).

Tal fato leva os comerciantes locais movidos pelo empreendedorismo, viram a oportunidade de comercializar itens que remetem a fé católica e no Padre Cícero, bem como a história da própria cidade. Assim, o empreendedorismo se associa a comercialização de produtos religiosos, dando origem ao empreendedorismo religioso (ENOQUE *et.al* 2014).

Para Duarte *et.al* (2016) o fato de o Padre Cícero recomendar em seus preceitos a dignidade e ética a respeito do trabalho, valorizar o espaço sagrado, social e econômico como um só, mobilizando os aspectos da fé e do trabalho em prol do desenvolvimento da cidade. Torna o “Padim Ciçu” o primeiro empreendedor religioso da cidade do Juazeiro. Os empreendedores da cidade ao longo dos anos foram pondo em prática a postura empreendedora do Padre Cícero, e, atualmente o comércio religioso consolida o capital socioeconômico da cidade, colocando o Juazeiro do Norte como uma das mais importantes cidades do país.

### **3. METODOLOGIA**

Este é um estudo de pesquisa de opinião, descritiva-exploratória, de levantamento de campo e com abordagem quantitativa. O referencial teórico foi desenvolvido a partir da seleção, leitura, interpretação e compreensão acerca dos conceitos e teorias de trabalhos publicados sobre o tema em discussão. Neste sentido, se objetivou descrever os aspectos referentes a situação estudada, a descrição em pesquisas de opinião como essa vai além da coleta dos dados para se traçar um perfil dos objetos de estudo (no caso dos empreendedores informais algumas características que os diferem ou igualam aos diversos grupos com aspectos semelhantes.

No que se refere ao levantamento de campo, o seu foco é ter pouca profundidade e grande alcance, dado que se busca os dados que representem quem são os empreendedores informais do Colina do Horto, quais as suas motivações para empreender nesse comércio e como a amostra composta por um número de questões que abordam o gênero, o grau de instrução, as inclinações religiosas, as estratégias de vendas, o investimento do capital, dentre outros podem legitimar a representatividade e importância do grupo estudado.

Quanto a abordagem quantitativa Gil (2008) afirma que essa abordagem visa a verificação de forma estatística de uma hipótese ou de problema, partindo de coleta de dados quantificáveis e concretos. Assim, A coleta de dados foi feita através de questionário que de acordo com Gil (2008) se consegue obter mais informações dos entrevistados sobre o assunto desejado, assim o questionário é composto por 11 (onze) perguntas mistas, sendo majoritariamente para marcar as alternativas e uma aberta para escrever as respostas, deixando claro para o participante que não há respostas certas ou erradas, pois eles irão fornecer informações e a sua opinião sobre o tema. Os dados obtidos estão dispostos em

gráficos e porcentagens, assim como serão descritos e explicitados no decorrer das análises, sendo corroborados com os conceitos dos autores dispostos no referencial teórico.

O campo de estudo é a Colina do horto, localizada no bairro Horto, na cidade de Juazeiro do Norte. Que é onde se localiza a estátua do Padre Cícero (com 25 metros de altura), o Santo Sepulcro, a Via Sacra, a Muralha da Guerra de XIV, o Museu Vivo da Cultura Popular Nordestina, e a Igreja Boa Jesus do Horto. O espaço é cercado por restaurantes e lanchonetes, ranchos, pousadas e hotéis, comércio de imagens e artesanato, comércio de bens de consumo não-durável localizado no mercado municipal, lojas de redes de dormir, empresas de transporte. A população de amostra desse estudo é composta por 67 empreendedores informais que comercializam produtos religiosos na Colina do Horto e que se dispuseram a responder o questionário de forma voluntária e anônima.

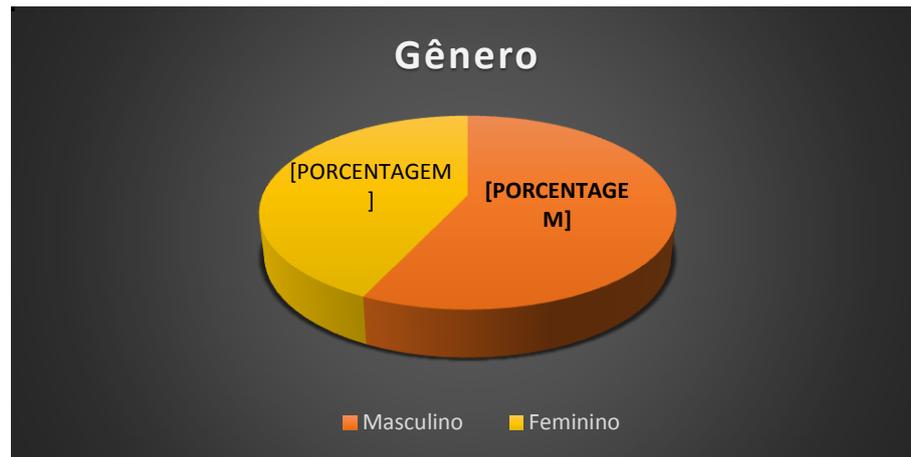
No que se refere às técnicas utilizadas para a análise dos dados obtidos será empírica e direcionada para a interpretação, que se pretende como objetivo final da investigação. A análise irá “vestir” o conteúdo de acordo com as regras que a embasarem (TRIVIÑOS, 2008). Sendo assim, o estudo focará nas informações fornecidas e nos significados que permitem inferir e ampliar os conhecimentos já conhecidos sobre o tema (GIL, 2008).

A pesquisa irá abranger o estudo acadêmico sobre o comércio religioso existente na Colina no Horto, assim será possível identificar os perfis dos empreendedores informais concentrando-se em como se configura o empreendedorismo religioso da Colina do Horto os aspectos que levam os empreendedores a optar em empreender nesse mercado e sua influência em prol do desenvolvimento socioeconômico da cidade de Juazeiro do Norte – CE.

#### **4. ANÁLISES DOS RESULTADOS**

Nessa seção serão analisados os dados obtidos da aplicação de 67 questionários à empreendedores informais de artigos religiosos Colina do Horto, entre o mês de outubro e novembro de 2020. A análise se inicia, expondo os aspectos gerais tais como: gênero e grau de instrução, assim como exposto no Gráfico 1:

**Gráfico 1:**Gênero dos Respondentes



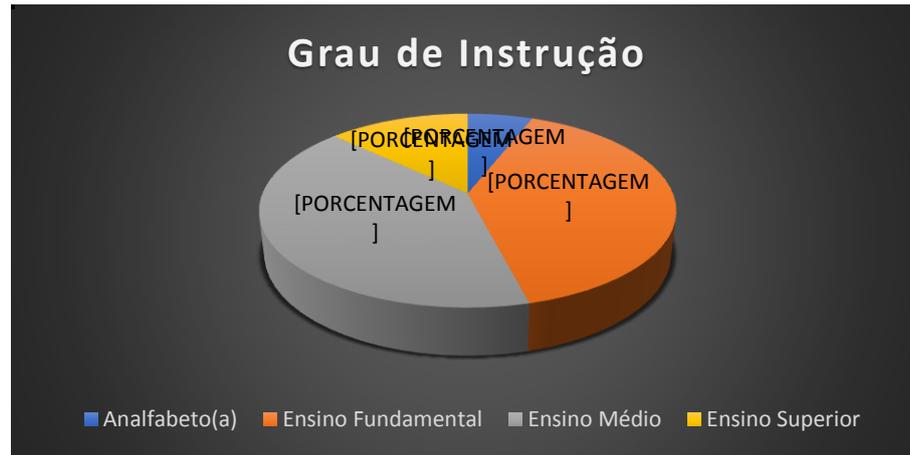
Fonte: Dados da Pesquisa.

No que se refere ao gênero, os dados coletados mostram que 57% dos entrevistados são homens, no total de trinta e oito e 43% são mulheres, sendo vinte e nove. Se percebeu que esse resultado se deu devido à dificuldade de localizar a população para a participação desse estudo por causa da pandemia. Tal fato nos leva concluir de que pode haver um número maior ou igual de empreendedoras atuando na comercialização de artigos religiosos na Colina do Horto.

Outro aspecto a se destacar é que o gênero dos entrevistados não influencia diretamente no ato de empreender, é necessário que o foco esteja naquilo que os motiva a ingressar nesse setor. Neste sentido, Dornelas (2008) pontua que o empreendedor é um indivíduo que procura transformar a sua realidade através das suas ideias e sonhos postos em prática.

Já Borges *et.al* (2014) ao apontar que o empreendedor é aquele que é capaz de identificar oportunidades e empreende, levando em consideração aspectos pessoais, coletivos e contextuais, tais argumentos levam ao entendimento de que o gênero é o elemento que menos influência no empreendedorismo, tudo gira em torno das motivações e do aproveitamento das oportunidades que surgem. Já no que se refere ao grau de instrução dos objetos de estudo, assim como exposto no Gráfico 2:

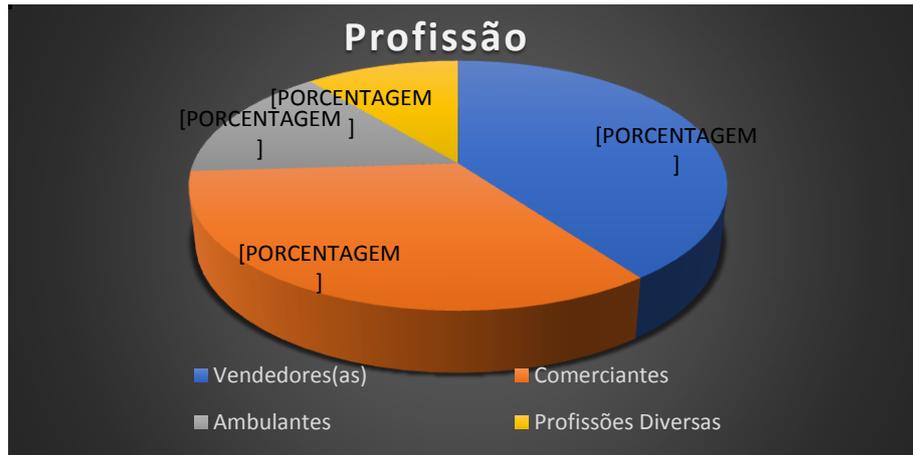
**Gráfico 2:** Grau de instrução dos Respondentes



Os dados obtidos foram que: 6% se declararam analfabetos, 40% concluíram o ensino fundamental, 41% completaram o ensino médio e 13% tem diploma de ensino superior. Cabe ressaltar que os diferentes graus de instrução não impossibilitam o empreendedor que é analfabeto, ou apenas concluiu o ensino fundamental de comercializar e fazer a economia local crescer, pois como empreendedor aproveitaram a oportunidade de um setor em alta na região, tornando essa prática uma profissão lucrativa. Percebe-se também que o grau de instrução infere sobre a forma com os empreendedores fazem a gestão do seu capital e como investem no seu negócio, gerando assim mais lucros ou não.

Julien (2010) ressalta que tudo gira em torno das motivações e das oportunidades que os sujeitos tem algo longo da vida, podendo os levar ou não a procurar dar continuidade a sua jornada na educação formal. Além do gênero e do grau de instrução se buscou conhecer quais as profissões dos empreendedores religiosos da Colina do Horto e como elas são determinantes para o desenvolvimento do comércio local, e, assim como exposto no Gráfico 3:

**Gráfico 3:**Profissão dos Respondentes



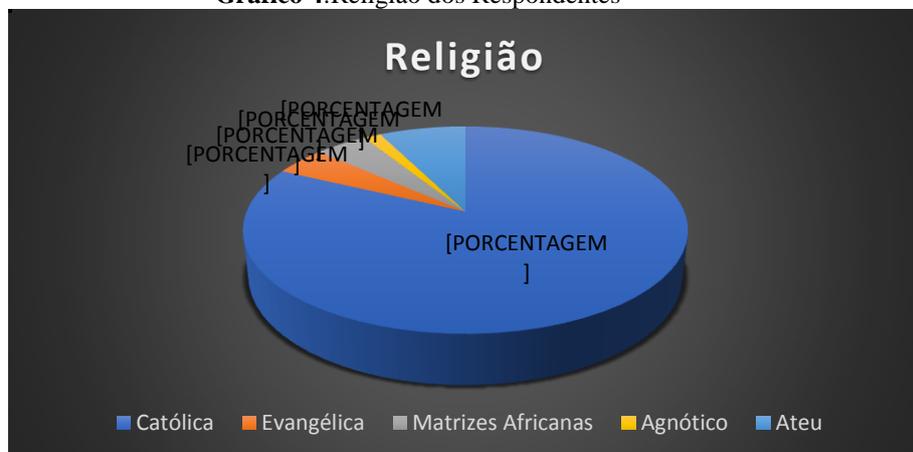
Fonte: Dados da Pesquisa

Diante do exposto, 40% são vendedores(as), 34% comerciantes, 15% ambulantes e 11% de profissões diversas, esse último caso fora declarado como profissões: serviços gerais, atendentes, fotógrafos, estudante, professora, doméstica e aposentados. Não há como quantificar quais desses indivíduos possuem formação e/ou qualificação técnica na área de vendas. Neste sentido Dornelas (2008) defende é necessário que se entenda que muitas dessas profissões, - assim como as motivações para empreender-, são aprendidas com os pais/mães e avós/avôs e seguidas pelos seus descendentes com uma prática corriqueira.

Cabe a esses profissionais buscar uma qualificação (se assim desejar), mas acredita-se que eles esbarram quase sempre na ausência de qualidade da educação formal, na falta de cursos técnicos gratuitos por parte dos gestores públicos, e, esses fatores não os estimulam sequer buscar qualificação na área.

Outro fator relevante a ser abordado é da religião e como isso influencia no processo de empreender, assim como exposto no Gráfico 4:

Gráfico 4:Religião dos Respondentes



Fonte: Dados da Pesquisa.

De acordo com os dados obtidos, ao serem questionados sobre suas inclinações religiosas, os resultados foram que: 82% se declaram como católicos(as), 7% ateus, 5% evangélicos(as), 4% de religiões de matrizes africanas (candomblé e umbanda) e 2% agnósticos(as). Diante disso, percebe-se que apesar da predominância dos que se declaram como católicos, a variedade de religiões apontadas demonstra que não é apenas a fé advinda de uma delas que determina quem comercializa artigos religiosos diretamente ligados a figura do Padre Cícero, de imagens de santos e os mais diversos objetos da Igreja Católica, é tudo uma questão de aproveitar as oportunidades lucrativas em um mercado promissor e em constante expansão.

Apesar de Enoque *et.al* (2014) afirmar que o fator religioso influencia no processo de empreender, que incide sobre as razões e nas ações que levam o sujeito a empreender, o autor pontua que o comércio religioso é um setor que possui métodos de gestão próprios que estão além da religião em si. Borges *et.al* (2015) concorda com tal prerrogativa, ao colocar a religião como uma oportunidade lucrativa atrelada as razões dentre elas: a cultura e o contexto social.

Além das questões descritas acima foi necessário saber quanto tempo esses empreendedores informais atuam no comércio religioso na da Colina do Horto, assim como exposto no Gráfico 5:

**Gráfico 5:**Tempo de atuação dos Respondentes



**Fonte:** Dados da Pesquisa.

De acordo com os dados acima 43% atuam de 20 a 35 anos, 29% de 10 a 20 anos, e 28% de 1 a 10 anos na comercialização de artigos religiosos na Colina do Horto. Os dados demonstram o empreendedorismo religioso não é algo novo, e que atualmente se mostra como sendo um impulsionador do desenvolvimento econômico da cidade de Juazeiro do Norte. Dornelas (2008) ao pontuar que um empreendimento tem início em um acontecimento/evento

e a partir disso um novo negócio é criado. Percebe-se que o “evento” que deu origem ao empreendedorismo religioso da Colina do Horto é o Padre Cícero com sua história de fé, trabalho e milagres, que resultou nas romarias e peregrinações de milhares de pessoas a cidade de Juazeiro.

Observa-se que investir capital no comércio religioso na Colina o resultado de muita dedicação, trabalho, organização e da percepção da oportunidade de obter lucros explorando o que é para muitos romeiros a representação do sagrado e da sua fé no “Padim Ciçu”. No que se refere as razões que motivaram os entrevistados a empreender na venda de artigos religiosos, assim como exposto no Gráfico 6:

**Gráfico 6:** Razões para Empreender dos Respondentes



**Fonte:** Dados da Pesquisa.

No que se refere aos dados acima, 44% indicaram que comercialização de artigos religiosos por necessidade, 24% aprenderam com os pais(mães)/avôs(avós), 22% herdaram a profissão dos pais/avós e 10% afirmam que nasceram para vender. De acordo com Dornelas (2008) constata-se que os resultados apontam que há quatro tipos de empreendedor: o que empreende por falta de opções e espaço no mercado formal de trabalho, tornando-se autônomo e assim por necessidade de prover sua sobrevivência cria um negócio próprio. A ideia de necessidade está envolta em bases instáveis que pode levar o indivíduo a riscos que quase sempre ele não pode correr. Constata-se que quando esse indivíduo se ver “obrigado” e empreender para complementar a sua renda perde-se oportunidades dada a ausência de planejamento consciente do empreendimento.

O segundo tipo é aquele que aprende, tendo como base seu sonho de ter um negócio só seu, as motivações que o levam a empreender quase sempre estão ligadas a insatisfação na profissão que ocupa e/ou o desemprego. Por conta própria aprende como aproveitar a

oportunidades que aparecem e investe lidando da sua forma com os desafios do empreendimento. Ainda segundo Dornelas (2008), o terceiro tipo é aquele que assume os negócios da família, e se compromete a garantir que o legado familiar seja mantido, esse tipo sempre busca investir em melhorias que promovam o crescimento do negócio. Já o quarto e último tipo, é o empreendedor nato que se caracteriza como sujeitos que desde sua juventude demonstram uma habilidade incomum para qualquer tipo de trabalho, mesmo sem formação na área ou quais conhecimentos técnicos conseguem e forma natural obter “sucesso” em tudo que pretende empreender.

Cabe ressaltar que diante das teorias sobre a tipologia apresentadas nesse estudo percebe-se que os perfis se encaixam tanto na classificação de Dornelas, como nas teorias de Resende (2008), Pereira *et.al* (2013), Julien (2010) e Minello e Scherer (2012), pois todas elas concordam que são as motivações/razões, comportamentos, personalidades, habilidades/capacidades e o meio familiar e social em que estão inseridos que os diferencia, ou seja, um complexo conjunto de elementos que combinados corroboram a identificação disposta acima.

Após identificar os tipos de empreendedores existentes na Colina do Horto constata-se a necessidade de compreender quais as estratégias de venda que eles utilizam, assim como exposto no Gráfico 7:

**Gráfico 7:** Estratégias de Vendas dos Respondentes



**Fonte:** Dados da Pesquisa.

De acordo com os dados acima, 56% apontaram que usam o atendimento como estratégia de vendas, 29% ofertam produtos, 10% “apelam” para as promoções e oferecem preços mais baixos e 5% indicaram fazer “uso da fé do Padim Ciçu” como uma forma de atrair mais clientes, nesse último se explora o fator emocional dos romeiros, apelando para o

significado que a figura do Padre Cícero tem para aqueles que peregrinam e chegam a cidade com objetivo de pagar promessas das graças alcançadas.

Cabe ressaltar que mesmo tendo o Padre Cícero como recurso impulsionador para o comércio na Colina do Horto, apenas uma pequena porcentagem explora de forma direta o “sagrado” que envolve o “Santo Padre”. Para Carvalho *et.al* (2015) a imagem e os significados que o Padre Cícero tem para o desenvolvimento da economia local é essencial na comercialização de todos os produtos, assim constata-se que a não exploração do sagrado pela maior parte dos empreendedores informais expressa que eles desperdiçam a oportunidade de obter mais lucros. Tais constatações inferem sobre o que a venda de artigos religiosos traz ao empreendedor informal, assim como exposto no Gráfico 8:

**Gráfico 8:** Resultados das Estratégias Adotadas dos Respondentes



**Fonte:** Dados da Pesquisa.

Os dados acima apontam que: 67% afirma ter mais lucros através das estratégias de vendas que adotam, 30% destacam a necessidade de qualificação na área de vendas e 3% indicaram outros resultados na sua estratégia de vendas, porém não especificaram quais são. Enoque *et.al* (2014) pontua que diante de um mercado cada vez mais competitivo se torna imprescindível ao empreendedor que ele esteja consciente de que explorar mais a sacralidade dos produtos na execução de estratégias e técnicas levam às mudanças significativas, tornando o setor em que ele atua mais produtivo, trazendo bons resultados.

Para Borges *et.al* (2015) enquanto a religião for uma oportunidade de negócios lucrativo e em constante crescimento no setor do empreendedorismo e a obtenção de lucro estando em ascendência, não se pode negligenciar que os empreendedores desejam uma qualificação na área de vendas de modo a otimizar ainda mais as estratégias adotadas, porém o que não há são cursos que caibam no orçamento de todos os empreendedores. Por mais que

estes também possam utilizar de caminhos mais econômicos como aproximação do SEBRAE, que tanto contribui para o empreendedorismo em todo Brasil.

Outro fator que infere sobre a maneira com que o empreendedor geri seu negócio são as formas em que ele investe o capital obtido na venda de seus artigos religiosos na Colina do Horto os dados demonstram um panorama interessante de investimentos, assim como exposto no Gráfico 9:



**Fonte:** Dados da Pesquisa.

Os resultados acima apontam que 53% investem o capital obtido no sustento familiar, 26% no capital de giro, 18% afirmam não ter controle sobre o capital e 3% investem na poupança. Pode-se relacionar o investimento do capital para o sustento da família àqueles empreendedores por necessidade. No que se refere aos que investem no capital de giro que segundo Resende (2008) é quando o empreendedor usa parte do seu capital para reinvestir no negócio no sentido de poder ter recursos financeiros que possam suprir todas as necessidades do empreendimento a longo prazo. Já que aqueles não fazem controle pode-se também associar aos que empreendem por necessidade para completar a renda e sobreviver de forma digna, além de demonstrarem a necessidade de uma qualificação nessa área. Acredita-se que aqueles que investem na poupança são os que não se permitem correr risco, vão para o caminho seguro mesmo que a poupança renda muito menos que outros serviços financeiros.

Outro aspecto importante a ser abordado que se relaciona diretamente na forma com que o comércio de produtos religiosos na Colina do Horto, se refere a organização do espaço em que os empreendedores atuam diariamente, assim ao se questionar se o comércio na Colina do Horto é organizado, assim como exposto no Gráfico 10:

**Gráfico 10:** Organização do Espaço dos Respondentes

**Fonte:** Dados da Pesquisa.

Os resultados obtidos constataam que 91% afirmam que o comércio religioso na Colina *do Horto* é organizado e 9% pontuam que não é organizado. Neste sentido, Guerra (2015) diz que tanto a organização dos empreendimentos como o espaço geral da Colina do Horto é insatisfatório, tal fato se constata principalmente durante as romarias que segundo o autor o saneamento básico é insatisfatório, a infraestrutura das bancas e barracas estão longe do ideal, a sinalização dos pontos turísticos da Colina encontra-se em péssimo estado de conservação e transitar pelo local em tempo de romaria é caótico. Percebe-se, porém o esforço das autoridades e membros da comunidade e dos próprios empreendedores em solucionar os aspectos citados, mas esses esforços esbarram na falta de investimento do poder público nessa questão. Portanto, fica claro que na perspectiva dos gestores o espaço parece ser satisfatório para uma maioria, mas, para os clientes, diversos aspectos ainda precisam evoluir.

Os aspectos acima citados podem ser incluídos como algumas das dificuldades enfrentadas pelos empreendedores, mas ao serem questionados sobre quais de fato afetam diretamente os seus negócios, assim como exposto no Gráfico 11:

**Gráfico 11:** Dificuldades Enfrentadas pelos Respondentes

**Fonte:** Dados da Pesquisa.

Sobre as dificuldades enfrentadas, 51% indicaram que a maior delas é a ausência de visitantes, 38% dizem que é a concorrência e 11% apontam a falta de diversidade de produtos. Percebe-se que a maioria dos empreendedores apontaram que a ausência de visitantes, tal fato pode está diretamente ligado a pandemia que o mundo está enfrentando no ano de 2020, e, por conta disso as romarias e peregrinações que lotavam o comércio da cidade e as visitas a Colina do Horto foram proibidas por um longo tempo, mesmo que nos últimos meses a visita a Colina sendo liberadas aos poucos, o número de visitantes está muito baixo da média e é desproporcional se comparado a centenas de empreendedores informais que dependem do fluxo constante de pessoas para obter lucros.

Essa situação leva a uma concorrência maior e requer dos empreendedores o uso de estratégias diversificadas para poder se destacar, porém sem o apoio da gestão pública tem sido difícil enfrentar o atual cenário que o mercado e toda sociedade vem enfrentando. Outra dificuldade é a falta de diversidade de produtos. Guerra (2015) pontua que os símbolos religiosos comercializados por todos os empreendedores são praticamente os mesmos, o diferencial está na forma de vender e em saber aproveitar as oportunidades.

Neste sentido, Dornelas (2008) discorre que aquele empreendedor que está consciente das constantes mudanças do mercado e da sociedade, pode criar um novo caminho, traçar novas estratégias e enfrentar as dificuldades de maneira mais branda. Assim constata-se que as dificuldades apontadas são complementares, uma influencia diretamente a outra, elas têm um peso igual. Cabe destacar que os elementos acima citados também são pontos que podem ser melhorados em prol do desenvolvimento socioeconômico do comércio na Colina do Horto, então ao serem questionados sobre o que pode melhorar as vendas os três aspectos apontados, assim como exposto no Gráfico 12:

**Gráfico 12:** O Que Pode Melhorar na Opinião dos Respondentes



**Fonte:** Dados da Pesquisa.

Como se pode observar os dados mostram que 70% dos empreendedores apontam que é necessário maior divulgação do espaço na Colina do Horto, 18% afirmam que a organização do espaço precisa de melhor e 12% ressaltam a necessidade de melhorias em relação ao auxílio de políticas públicas que mostram insatisfatórias. Resende (2010) fala que esses três aspectos elencados pelos empreendedores inferem diretamente na satisfação e na realização pessoal, e, se a união de trabalho e prazer em trabalhar se encontra em desequilíbrio o empreendimento tende a causar prejuízos e desestimula o empreendedor em continuar investindo.

Para Pereira (2013) o maior entrave para que o empreendedorismo se consolide como uma alternativa viável de investimento, desenvolvimento e crescimento financeiro e social, se refere a ausência de políticas públicas, as altas demandas burocráticas que resultam no alto índice de informalidade. Tais fatos tendem a criar cenários nada propícios ao empreendedorismo que venha a impactar diretamente no desenvolvimento econômico e social da cidade. Assim, não se pode negar a relevância do comércio existente ao redor da estátua do Pe. Cicero, com seus mais variados produtos e que geram inúmeras frentes de empregos e de empreendimentos como um fator determinante para o desenvolvimento da economia da cidade.

Diante do exposto, se constata que análise proposta permitiu que fossem identificadas evidências importantes sobre como o empreendedorismo religioso na Colina do Horto acontece, tendo como base as perspectivas dos empreendedores informais da cidade de Juazeiro do Norte – CE. Todas as questões abordadas fazem parte do modo como os empreendedores encaram e exploram as oportunidades que a comercialização de artigos religiosos. Neste sentido, os resultados encontrados evidenciam a relação indissociável entre o fator religioso e o empreendedorismo que se expressa como um aspecto relevante para o crescimento e desenvolvimento socioeconômico da cidade de Juazeiro do Norte – CE e por essa razão precisa de mais investimentos e valorização por parte da população e dos gestores públicos.

Inferese, portanto, que as análises em face dos resultados encontrados o fato do empreendedorismo assumir ao longo do tempo sua face sociocultural como uma oportunidade de lucrativa de negócios, vem colocando o empreendedorismo religioso na Colina do Horto como um dos mais importantes setores do mercado regional e esse comércio contribui significativamente para o desenvolvimento socioeconômico da cidade de Juazeiro do Norte – CE, fazendo do comércio religioso da cidade um dos mais importantes do país. Desta forma

todos os objetivos propostos foram alcançados, mostrando o valor dos resultados aqui analisados.

## **5. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O objetivo geral desse estudo se fundamentou em identificar, analisar e compreender as especificidades de como ocorre o empreendedorismo religioso na Colina do Horto da cidade de Juazeiro do Norte, a partir das perspectivas dos empreendedores informais que atuam no setor de comercialização de artigos religiosos. A análise dos resultados obtidos permitiu que fosse verificado não só os perfis dos empreendedores como todos os aspectos que os levaram a empreender e como isso influencia positivamente no desenvolvimento socioeconômico da cidade. Com efeito, as motivações e comportamentos dos empreendedores religiosos os torna agentes ativos e essenciais para o empreendedorismo em toda a região. Seja pela necessidade, por ter herdado o negócio da família, ter aprendido com os seus pais (mães), avôs (avós) e ou por terem nascido para vender. O ato deles de empreender infere sobre a economia, a cultura e na sociedade em prol da qualidade de vida e do desenvolvimento pessoal e coletivo.

Neste sentido, os resultados apontam para a necessidade de valorização tanto do trabalho dos empreendedores informais, quanto do espaço no qual exercem as suas funções. Constatou-se que os empreendedores obtêm lucros significativos nas vendas de seus produtos, mesmo diante da ausência de visitantes, da grande concorrência e da falta de diversidade de produtos. Assim como tendem a adotar estratégias básicas de vendas, que frente a alta concorrência faz com que não sejam suficientes para se destacar entre as centenas de empreendedores informais que atuam nas diversas romarias que ocorrem todos os anos na cidade.

Cabe ressaltar, que este estudo apresentou algumas limitações. A primeira se refere os conceitos e teorias específicas sobre o assunto estudo que relacionam a religião ao empreendedorismo. Apesar de uma ampla gama de estudos publicados formular um referencial de abrangesse todos os objetivos traçados de forma objetiva e coesa foi um desafio superado com certa dificuldade. A segunda limitação consistiu na fase de coleta dos dados, devido a divergências entre o órgão que administra e coordena o comércio na Colina do Horto, alguns dos empreendedores se recusaram a fazer parte do estudo e alguns dificultaram a entrega dos questionários. Tal fato leva a compreensão que é preciso promover uma aproximação entre o setor de gerir o espaço e aqueles que o fazem funcionar.

Desse modo, se espera que esse estudo possa contribuir em estudos futuros que venham a explorar todo o potencial dos empreendedores informais, buscando verificar se as informações e análises que constam nesse estudo podem ser observadas e vir servir de objeto de comparação em contextos semelhantes. Além disso, reforça-se as relevantes contribuições desse trabalho no campo de estudo do empreendedorismo, em especial, do empreendedorismo religioso no nordeste brasileiro, pois que se evidencia é como os empreendedores informais se apropriaram dos símbolos religiosos e viram nisso uma oportunidade de criar um mercado novo e diferenciado, tendo como base o primeiro empreendedor da cidade, o Padre Cícero.

Diante do exposto após os resultados das análises, sugere-se que é necessário que haja maior investimentos da gestão pública na organização do espaço na Colina do Horto, assim como a oferta de cursos de qualificação em vendas gratuitos e contínuos. Que seja possível também com o apoio de órgãos governamentais e até mesmo de organizações privadas a regularização da informalidade do setor, sem que isso afete as características únicas que fazem do comércio de artigos religiosos na Colina do Horto ser o que é, - um ambiente rico em cultura, diversidade, fé e trabalho –, em prol do desenvolvimento socioeconômico da cidade de Juazeiro do Norte – CE.

## REFERÊNCIAS

BORGES, A.F; ENOQUE, A.G; DANTAS, P; SILVA, C.M. “Empreender Com Fé”: Configurações do Processo Empreendedor em Empresas de Artigos Religiosos na Cidade de Ituiutaba - Minas Gerais. **VII Encontro de Estudos em Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas (EGEPE)**. Goiânia, 24 a 26 de março de 2014. Disponível em: Acesso em: 20 de setembro de 2020.

BORGES, A.F; ENOQUE, A.G; BORGES, J.F; ALMEIDA, L.S. **Empreendedorismo Religioso: Um Estudo sobre Empresas que Exploram o Nicho da Religiosidade**. RAC, Rio de Janeiro, v.19, n. 5, art.2, p.565-583, Set/out. 2015. <http://dx.doi.org/10.1590/1982-7849rac20151626>. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/rac>. Acesso em: 20 de setembro de 2020.

BRÁZ, N. B.O. ALENCAR, A.V; FIRMINO, L.P.C. **Juazeiro do Norte/CE: da “cidade do Padre Cícero” a “capital da fé”**, 2016. Disponível em: [https://www.editorarealize.com.br/editora/anais/join/2017/TRABALHO\\_EV081\\_MD1\\_SA68\\_ID245\\_14052017175735.pdf](https://www.editorarealize.com.br/editora/anais/join/2017/TRABALHO_EV081_MD1_SA68_ID245_14052017175735.pdf). Acesso em: 19 de setembro de 2020.

CARVALHO, E.S; MOURATO, F.C.P. **A Construção da Identidade Folkcomunicacional de Juazeiro do Norte: Apropriações da Imagem do Padre Cícero**. Universidade Federal do Cariri, Juazeiro do Norte, CE. 2015. Disponível em: <https://www.portalintercom.org.br/anais/nordeste2015/resumos/R47-2723-1.pdf>. Acesso em: 20 de setembro de 2020.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo**: dando asas ao espírito empreendedor: empreendedorismo e viabilidade de novas. 2.ed. rev. e atualizada. São Paulo: Saraiva 2007.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**: Transformando ideias em negócios. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

DUARTE, C. M; PEREIRA, A. M.B; BARROS, L.M; DUARTE, A.F. **A religiosidade e o turismo em uma cidade do interior do Ceará**, 2016. Disponível em: <http://www.interscienceplace.org>. Acesso em: 19 de setembro de 2020.

ENOQUE, G.A; BORGES, A.F; BORGES, J.F. **Além do que se Vê...: Análise do Conceito Weberiano de Vocação à Luz da Dinâmica do Empreendedorismo Religioso**. DOI: 10.1590/1984-9230752. O&S - Salvador, v. 22 - n. 75, p. 505-520 - out./dez. – 2015. Disponível em: [www.revistaoes.ufba.br](http://www.revistaoes.ufba.br). Acesso em: 20 de setembro de 2020.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 2008. 6. ed. Editora Atlas S.A. \_\_\_\_\_ . **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GOMES. S.P. **A importância dos eventos religiosos na economia de Juazeiro do Norte**. Fortaleza, 2013. Disponível em: <http://ww2.faculdadescearenses.edu.br/biblioteca>. Acesso em: 10 de outubro 2020.

GUERRA, L.B. Juazeiro do Norte: religiosidade e desenvolvimento. Lisboa 2015. Disponível em: [https://recil.grupolusofona.pt/bitstream/10437/6772/1/Dissertacao\\_Lucia\\_Bezerra.pdf](https://recil.grupolusofona.pt/bitstream/10437/6772/1/Dissertacao_Lucia_Bezerra.pdf). Acesso em: 19 de setembro de 2020.

HISRICH, Robert D., PETERS, Michael P. **Empreendedorismo**. 5 ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

JULIEN, P.A. **Empreendedorismo regional e a economia do conhecimento/ Pierre-André Julien**; tradução Márcia Ferreira Salvador. – São Paulo: Saraiva, 2010.

MINELLO, I.F.; SCHERER, L.A. **Mudanças de comportamento de empreendedores: análise dos tipos de comportamento de empreendedor antes, durante e depois do insucesso empresarial**. RPCA \* Rio de Janeiro \* v. 6 \* n. 4. 2012. ISSN 1982-2596. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/pca/article/view/11113/7908>. Acesso em: 15 de novembro 2020.

PEREIRA, Rosângela. **As ocupações do trabalho feminino**. Disponível em: [http://www.joinpp.ufma.br/jornadas/joinppIII/html/Trabalhos2/waleska\\_Rosangela\\_Danielle321.pdf](http://www.joinpp.ufma.br/jornadas/joinppIII/html/Trabalhos2/waleska_Rosangela_Danielle321.pdf) Edição 2013. Acesso em: 20 de setembro de 2020.

RESENDE, E. **O papel dos empresários no desenvolvimento do Brasil: suas 12 competências e 5 incompetências**. São Paulo: Summus, 2008.

SERAFIM, M.C; FEUERSCHUTTE, S.G. **Movido pelo transcendente: a religiosidade como estímulo ao “espírito empreendedor”**. Cad. EBAPE.BR, v. 13, nº. 1, artigo 9, Rio de Janeiro, jan./mar. 2015. Disponível em: Acesso em: 20 de setembro de 2020.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação.** São Paulo: Atlas, 2008.

WALKER, Daniel. **História da independência de Juazeiro do Norte,** Juazeiro do Norte: HB Editora, 2010.

## ANEXOS

### ANEXO I: QUESTIONÁRIO

Gênero: ( ) M ( ) F Profissão \_\_\_\_\_

**1. Grau de instrução:**

- ( ) Analfabeto ( ) Ensino fundamental (incompleto ou completo)  
 ( ) Ensino médio (incompleto ou completo) ( ) Ensino superior (incompleto ou completo)

**2. Qual a sua religião?**

- ( ) Católica ( ) Evangélica ( ) Espírita  
 ( ) Religião de matriz africana ( ) Agnóstico ( ) Ateu

**3. Há quanto tempo trabalha com a venda de artigos religiosos na Colina do Horto?**

- ( ) de 1 a 10 anos ( ) de 10 a 20 anos ( ) de 20 a 35 anos

**4. Quais razões te que levaram a comercializar artigos religiosos na Colina do Horto?**

- ( ) Por ter nascido para vender ( ) Por necessidade  
 ( ) Aprendeu com os pais(mães)/avós(avôs) ( ) Para completar a renda da família  
 ( ) herdado a profissão dos pais/avós ( ) Por conta de uma promessa

**5. Quais as estratégias você usa para vender os artigos religiosos para os clientes?**

\_\_\_\_\_

**6. Na sua opinião, o modo que você vende os seus artigos religiosos te faz ter:**

- ( ) Mais lucro ( ) Mais despesas  
 ( ) Requer uma qualificação para melhorar ( ) Outro \_\_\_\_\_

**7. Como você investe o capital oriundo das vendas dos seus produtos?**

- ( ) Sustento da família ( ) Capital de giro ( ) Não faz  
 controle ( ) Investimentos pessoais ( ) Invisto na poupança  
 ( ) \_\_\_\_\_ )  
 Outro \_\_\_\_\_

**8. Como você investe o capital oriundo das vendas dos seus produtos?**

- ( ) Sustento da família ( ) Capital de giro ( ) Não faço  
 controle ( ) Investimentos pessoais ( ) Invisto na poupança ( ) Lazer  
 ( ) Outro \_\_\_\_\_

**9. Na sua opinião o comércio religioso na Colina do Horto é organizado?**

- ( ) Sim ( ) Não ( ) Não sei

**10. Quais as principais dificuldades enfrentadas no processo de venda dos produtos religiosos?**

- ( ) Ausência de visitantes no espaço ( ) Localização  
 ( ) Concorrência ( ) Falta de diversidade de produtos

