

Motivações e Dinâmicas do Empreendedorismo no Distrito de Valentim (Boa Nova-Ba): uma análise à luz da Sociologia Econômica durante e após a pandemia de COVID-19

Motivations and Dynamics of Entrepreneurship in the District of Valentim (Boa Nova-Ba): an analysis in the light of economic sociology during and after the COVID-19

*Egly Mota Santos¹
Andressa de Sousa Santos Ferreira²*

Resumo

Este estudo investiga o cenário do empreendedorismo no distrito de Valentim, município de Boa Nova-BA, durante e após a pandemia de COVID-19. Parte-se do pressuposto de que fatores socioculturais e institucionais motivaram e sustentaram o empreendedorismo local mesmo em um contexto de restrições econômicas e pandêmico. Adota-se como lente analítica a Sociologia Econômica (Vale, 2014; Granovetter, 1973), que compreende o empreendedor como ator inserido em redes sociais e institucionais. A pesquisa possui caráter qualitativo e descritivo, fundamentada em revisão bibliográfica, entrevistas estruturadas com empreendedores e entrevista semiestruturada com um gestor municipal, complementadas por dados secundários. Foram identificados o perfil socioeconômico dos negócios, as motivações para empreender e as transformações nas estratégias entre os dois períodos analisados (pandemia e pós-pandemia). Os resultados indicam que, embora a pandemia tenha ampliado desafios estruturais, como a escassez de oportunidades e a dependência de parcerias externas, também impulsionou adaptações organizacionais e o fortalecimento das redes locais de apoio. Conclui-se que as motivações por oportunidade prevalecem, revelando um potencial criativo e de inovação incremental, e que compreender essas dinâmicas é essencial para orientar políticas públicas voltadas à sustentabilidade de pequenos negócios em territórios periféricos.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Sociologia Econômica. Micro e Pequenas Empresas. COVID-19. Desenvolvimento Local.

¹ Graduada em Administração pela Universidade do Estado da Bahia-UNEB, Brasil. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0212-9591>. E-mail: eglymotta@hotmail.com

² Professora Auxiliar do curso de Administração, Departamento de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Estadual de Feira de Santana-UEFS, Brasil. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4565-7562>. E-mail: assferreira@uefs.br

Abstract

This study investigates the entrepreneurship scenario in the Valentim district, municipality of Boa Nova-BA, during and after the COVID-19 pandemic. It is based on the assumption that sociocultural and institutional factors motivated and sustained local entrepreneurship even in a context of economic and pandemic restrictions. Economic Sociology (Vale, 2014; Granovetter, 1973) is adopted as the analytical lens, which understands the entrepreneur as an actor embedded in social and institutional networks. The research is qualitative and descriptive in nature, based on a literature review, structured interviews with entrepreneurs, and a semi-structured interview with a municipal manager, complemented by secondary data. The socioeconomic profile of the businesses, the motivations for entrepreneurship, and the changes in strategies between the two periods analyzed (pandemic and post-pandemic) were identified. The results indicate that, although the pandemic has amplified structural challenges, such as the scarcity of opportunities and dependence on external partnerships, it has also driven organizational adaptations and the strengthening of local support networks. It is concluded that motivations for opportunity prevail, revealing creative and incremental innovation potential, and that understanding these dynamics is essential to guide public policies aimed at the sustainability of small businesses in peripheral territories.

Keywords: Entrepreneurship. Economic Sociology. Micro and Small Enterprises. COVID-19. Local Development.

* * *

1 Introdução

O desenvolvimento de uma nação está diretamente relacionado à sua capacidade de gerar riqueza mediante a produção, em escala adequada, de bens e serviços essenciais ao bem-estar da população (Bernardo, Silveira & Ferreira, 2018). Nesse processo, o empreendedorismo tem ocupado papel estratégico, não apenas como mecanismo de dinamização econômica, mas também como instrumento de transformação social e fortalecimento territorial. De acordo com Vale (2014), essa atividade pode ser compreendida a partir de diferentes vertentes analíticas: Econômica, Inovação, Psicologia, Sociologia e Sociologia Econômica; que interpretam os diversos contextos socioeconômicos.

Mais do que alternativa ao emprego formal e à geração de lucro, o empreendedorismo desponta como via de realização pessoal e profissional, bem como catalisador de mudanças estruturais nas localidades em que se insere. Em especial, Micro e Pequenas Empresas (MPEs) e Microempreendedores Individuais (MEIs) têm se destacado como pilares de

economias locais, sustentando a circulação de renda e a geração de postos de trabalho.

O SEBRAE (2021a) define Microempresas (ME) como um empreendimento que possui faturamento anual inferior ou igual a R\$ 360 mil, e o Microempreendedor Individual (MEI) como o indivíduo que trabalha por conta própria, sem sócios, que passa a ter um CNPJ (Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica) e através deste também adquire direitos e obrigações perante a legislação empresarial como Pessoa Jurídica, cujo faturamento não pode ser superior a R\$ 81 mil por ano.

Segundo SEBRAE (2024), no acumulado de 2024, as MPEs foram responsáveis por 7 em cada 10 postos de trabalho formais criados no Brasil, reforçando a importância das MPEs enquanto agentes fundamentais na geração de emprego e na sustentabilidade econômica, sobretudo em municípios de porte reduzido, onde atuam como pilares do tecido produtivo local. Essa representatividade é ainda mais expressiva em municípios com menos de 20 mil habitantes, realidade que, segundo Barreto (2014), reflete a relevância do empreendedorismo na elevação da renda per capita e na diversificação das alternativas produtivas.

As oportunidades para os microempreendedores foram se consolidando, principalmente através do cadastro de MEIs, que foi instituído no Brasil por meio da Lei Complementar n.º 128/08 que através da modificação da Lei Complementar n.º 123/06 permitiu a formalização dos empreendedores por conta própria, tornando-se também opção de formalização para profissionais autônomos e microempresários (Faria et al., 2015).

Nesse sentido, o Brasil apresentou uma taxa TTE (empreendedorismo total) de 38%, ou seja, em cada cinco brasileiros adultos, dois eram empreendedores, conforme Global Entrepreneurship Monitor Executive (GEM, 2018). Ademais, o empreendedorismo no Brasil é classificado em dois grandes categorias no aspecto motivação empreendedora: oportunidade e necessidade.

Schumpeter (1971) argumenta que o empreendedor pode atuar como agente de inovação, transformando estruturas econômicas; contudo, em contextos como o de Valentim, elementos de natureza relacional e institucional (Granovetter, 1973) tendem a desempenhar papel central. Assim, analisar o empreendedorismo local exige considerar não apenas fatores econômicos, mas também o papel das redes sociais, do capital relacional e das políticas públicas na sustentação dos negócios. Dessa forma, tendo em vista das dificuldades econômicas enfrentadas em territórios pequenos, compreender as motivações que impulsionam empreendedores a iniciar e manter negócios torna-se fundamental para a formulação de estratégias de desenvolvimento local.

O município de Boa Nova-Ba, situado no Território de Identidade Médio Rio das Contas, possui área de 856,9 km² e população estimada de 12.329 habitantes (IBGE, 2020). Desse total, aproximadamente 5 mil residem no distrito de Valentim, reconhecido pela preservação da Mata Atlântica e pela riqueza hidrográfica. Sua economia combina agropecuária, microindústrias e comércio, compondo um ecossistema de negócios que, segundo Silva (2015), integra elementos de desenvolvimento sustentável. Embora o IBGE (2018) tenha registrado 127 empresas ativas em Boa Nova em 2017, a observação empírica indica crescimento constante no número de MEIs e MEs no distrito de Valentim — um fenômeno que tem despertado o interesse da comunidade e de instituições de fomento, reforçando sua relevância como objeto de estudo.

Apesar da relevância crescente do empreendedorismo em pequenas localidades baianas, observa-se uma lacuna na produção acadêmica voltada especificamente ao distrito de Valentim, em Boa Nova. Até o momento, não há estudos aprofundados que examinem as dinâmicas empreendedoras dessa área sob a ótica da Sociologia Econômica, tampouco investigações que considerem os impactos da pandemia de COVID-19 sobre as motivações e estratégias locais de empreender. Afinal, a pandemia e o período subsequente introduziram novos desafios, influenciando tanto as condições

objetivas quanto as percepções subjetivas relacionadas ao ato de empreender. Portanto, a ausência de abordagens sistematizadas justifica a pertinência desta pesquisa, que busca contribuir para o preenchimento dessa lacuna ao oferecer uma análise empírica e contextualizada do fenômeno no território.

Diante disso, este estudo busca responder à seguinte questão: qual o cenário socioeconômico do empreendedorismo em uma pequena localidade como Valentim, com restrições econômicas, durante e após um período de crise sanitária global? O objetivo geral buscou investigar cenário que impulsionou o empreendedorismo no distrito de Valentim, município de Boa Nova-BA, durante a pandemia e no pós-pandemia da COVID-19. Destaca-se que a pandemia compreende o período entre 11 de março de 2020 a 5 de maio de 2023, quando a Organização Mundial da Saúde declarou o fim da emergência de saúde pública (OMS, 2023). Para isso, este estudo foi abordado na perspectiva da Sociologia Econômica por meio de entrevista estruturada junto aos empreendedores de Valentim e semiestruturada junto ao gestor municipal responsável pela pasta do empreendedorismo no distrito. A análise foi feita por meio da geração de gráficos de acordo a categoria de respostas da entrevista estruturada, enquanto para a entrevista semiestruturada foi utilizada a Análise Crítica do Discurso.

Espera-se que os resultados contribuam para a identificação de alternativas de geração de renda e para a proposição de medidas que minimizem a descontinuidade de negócios, fortalecendo políticas públicas municipais e regionais de apoio à MPEs. Além disso, pretende-se oferecer subsídios teóricos e empíricos para compreender como contextos socioeconômicos desafiadores podem, paradoxalmente, favorecer dinâmicas empreendedoras sustentadas por redes sociais e por arranjos institucionais locais.

Para atender aos objetivos propostos, este artigo está estruturado em quatro seções, além desta introdução. Inicialmente, a seção 2 apresenta a Fundamentação Teórica acerca dos conceitos, motivações e vertentes do

empreendedorismo. A seção 3 descreve os Procedimentos Metodológicos adotados, caracterizado por uma pesquisa qualitativa e descritiva. Posteriormente, a seção 4 expõe a Apresentação e Análise dos Resultados obtidos na pesquisa de campo. Por fim, as Considerações Finais que apontam as principais descobertas do estudo, conclusões e sugestões para futuras pesquisas.

2 Empreendedorismo: uma breve reflexão

Entre as discussões que apresentam o conceito de empreendedorismo, Schumpeter (1985) esclarece que o empreendedorismo se baseia na inovação, que deve ser tão intensa a ponto de promover uma profunda transformação no setor ou território de atuação, dando início a um novo ciclo de crescimento e, consequentemente, quebrando o fluxo econômico tradicional. Confirmando assim que o empreendedorismo cumpre papel primordial na transformação dos setores e territórios em que ele está presente, gerando emprego, renda e desenvolvimento local e nacional, mesmo em lugares economicamente difíceis.

Schumpeter (1982) aponta que o empreendedorismo desempenha um papel crucial na sociedade, uma vez que o empreendedor é responsável por inovar, descobrindo novos mercados ou encontrando formas mais eficientes de obter suprimentos, o que leva à criação de novos modelos de organização social. Enquanto Drucker (1998) sinaliza que o empreendedor, embora, naturalmente precise de capital como qualquer atividade econômica, não é um capitalista e nem tampouco um investidor, mesmo sabendo que ele assume riscos como qualquer um que inicia um novo negócio.

Ressalta-se, portanto, o quanto o empreendedorismo é desafiador e envolve riscos e incertezas não apenas do mercado, mas também no desenvolvimento do negócio em si, o que induz o empreendedor a sair da sua zona de conforto e assumir o desafio que é o ato de empreender. Uma cobrança individual que compõe a ideologia que move o capitalismo neoliberal, conforme aponta Vale (2014).

No contexto atual, o empreendedorismo tem se apresentado como porta de saída para muitos que não tem fonte de recursos suficientes para se sustentarem, bem como, para aqueles que buscam oportunidades de investimento para aumentar suas economias. Sobre o ato de empreender, Dornelas (2018, p. 11) defende que “com a disseminação do conceito de empreendedorismo na sociedade, o comportamento empreendedor passou a ser observado com mais atenção em ambientes nos quais antes não se pensava haver empreendedores”.

Segundo Guimarães et.al. (2018, p. 22) “[...] são notáveis as diferenças de classificação entre os tipos de empreendimentos, o que influencia diretamente na tomada de decisão dos empreendedores ao optarem pelo que seja mais adequado à finalidade e visão de crescimento de cada negócio”. De modo que, boa parte dos microempreendedores atuais, principalmente os que se situam nas pequenas localidades, atuam de forma empírica, sem um conhecimento técnico ou científico sobre gestão de negócios, mas ainda assim conseguem movimentar a economia local e garantirem seu sustento (Machado et al., 2023).

2.1 Motivações empreendedoras

Os fatores motivadores que levam as pessoas a iniciarem um negócio são os mais diversos, dentre eles destacam-se: necessidade de realização pessoal, percepção de oportunidade no mercado e problemas com o trabalho anterior (Vicenzi & Bulgacov, 2013; Machado et al., 2023). Ou seja, esses fatores transitam entre as classificações de oportunidade ou necessidade.

O papel do empreendedorismo e das Micro e Pequenas Empresas na economia brasileira é historicamente reconhecido, mas seu protagonismo como vetor de transformação econômica e social em diversas regiões é uma percepção consolidada mais recentemente. Essas empresas são hoje essenciais para a estabilização da economia, sendo responsáveis pela maior parte dos empregos formais do país (Sebrae, 2023).

O empreendedorismo no Brasil começou a ganhar força no final da década de 90, isso porque após algumas tentativas de estabilização da economia muitas empresas precisavam manter a competitividade, diminuir seus custos e manter-se no mercado, tornando-se pequenas ou microempresas. (Bernardo; Silveira; Ferreira, 2018, p. 6).

Vale, Corrêa e Reis (2014, p. 323) sintetizam que as motivações empreendedoras estão intimamente ligadas aos fatores oportunidade e necessidade.

Os motivos oportunidade e necessidade não parecem ser necessariamente, excludentes. Um indivíduo que se sente compelido a abrir um empreendimento por falta de alternativa ou por necessidade de sobrevivência pode, eventualmente, ficar mais atento a oportunidades, procurando, antes, identificar um espaço adequado para investir e criar o seu empreendimento.

Estas classificações são as mais comuns nos diversos estudos, porém, não é limitada e pode estar atrelada a diversas motivações relacionadas à oportunidade ou à necessidade. Em pesquisa realizada por Vicenzi e Bulgacov (2013), os fatores que mais influenciaram os indivíduos no ato de empreender foram, a influência familiar, o grau de instrução e algumas características pessoais como vontade, motivação, coragem e determinação. Dentre os fatores decisivos, a oportunidade de mercado, realização profissional e desejo de independência se destacaram entre os entrevistados. Mas a maior parte dos estudos encontrados classificam apenas entre “oportunidades” e “necessidades”.

2.2 Vertentes do Empreendedorismo

Importa também compreender que desde a sua difusão enquanto modalidade de dinamismo econômico e possibilidade de “gestão de si”, o

empreendedorismo pode ser classificado em cinco vertentes: i) Econômica; ii) Inovação; iii) Psicologia; iv) Sociologia; v) Sociologia Econômica (Vale, 2014).

A vertente econômica inaugura a análise temática e caracteriza-se pela filiação à Economia Clássica de origem francesa, no entanto, destaca-se a falta de adesão dos neoclássicos que apenas consideravam a função produção, não havendo espaço para análise de indivíduos no cenário econômico. Para os economistas que insistiram no empreendedorismo (Kirzner, 1979; Baumol, 2010), as contribuições permitiram associar a figura do empreendedor ao estado de alerta para identificar novas oportunidades, ou como de um executivo ou aquele que é capaz de introduzir uma inovação no mercado, conforme Vale (2014).

Por sua vez, a vertente da inovação foi a responsável por propagar o empreendedorismo ao redor do mundo, especialmente pela visão de destruição criativa de Schumpeter (1971). Por esta ótica, o empreendedor passa a ser a “figura conspícua” do capitalismo e a inovação, o catalisador da função produção, promovendo novas e mais eficientes formas de (novos) mercados (Vale, 2014).

Já a vertente da psicologia incorpora aspectos psicossociais à teoria do empreendedor, com forte influência da Teoria Comportamental, McClelland (1971) defendia a existência de características psicológicas distintas que predispõem um indivíduo ao empreendedorismo, para instrumentalizá-lo a assumir riscos moderados, ou seja, essa vertente contribuiu para reforçar a ideia de que existe um perfil ideal de empreendedor.

Na vertente da sociologia, a preocupação foi investigar o impacto da figura do empreendedor no processo de mudança na economia, tomando como ponto de partida o surgimento da indústria têxtil. Weber (1958) compartilhava da vertente da psicologia em relação às características especiais do empreendedor. Sobre o contexto do empreendedorismo, Weber (1958) alertava que o maior impacto era a alteração radical das regras de competição no mercado e que as consequências para os indivíduos

combinavam aspectos positivos (como admiração pela inovação) e negativos (repulsa e ódio).

Por fim, Vale (2014) apresenta a Sociologia Econômica que buscou responder ao desafio das duas áreas (economia e sociologia) para compreender o empreendedor como o centro do processo de construção social das instituições e organizações. Para Granovetter (1973), o empreendedor conecta e interage com diferentes grupos e estruturas sociais para tornar possível a sua atuação. Assim, o empreendedorismo passa a ser visto em seu aspecto individual e coletivo. Neste artigo, comprehende-se que a vertente da Sociologia Econômica possui características que possibilitam lentes de análise mais próximas da realidade local do distrito de Valentim, devido a dependência do fomento ao empreendedorismo realizado pela gestão municipal.

3 Procedimentos metodológicos

Este estudo descritivo possui abordagem qualitativa e natureza aplicada, buscando compreender o cenário real do empreendedorismo no distrito de Valentim a partir da experiência e das percepções de seus protagonistas ao identificar o perfil dos empreendedores locais, os motivos que impulsionaram a criação de empreendimentos e analisando o contexto pandêmico e pós-pandêmico da atividade empreendedora.

Ontologicamente, a pesquisa está ancorada no paradigma interpretativista, assumindo uma postura construtivista e crítica. Parte-se do pressuposto de que a realidade social não é um dado fixo ou objetivo a ser mensurado, mas um conjunto de significados construídos intersubjetivamente pelos atores sociais. Assim, o empreendedorismo em Valentim é compreendido como um fenômeno plural, dinâmico e situado, cujas interpretações variam conforme as vivências dos empreendedores locais e do gestor público responsável pela área. Essa perspectiva microterritorial reforça a compreensão de que os processos econômicos e

sociais se configuram de forma contextualizada, moldados por práticas, valores e relações sociais específicas.

Epistemologicamente, o estudo baseia-se na ideia de que o conhecimento é produzido na interação entre pesquisador/a e sujeitos sociais, e não descoberto de maneira neutra. A pesquisa, portanto, valoriza a interpretação, o diálogo e a reflexividade como caminhos de construção do saber. A adoção da abordagem qualitativa e de técnicas como entrevistas estruturadas e semiestruturadas busca apreender os sentidos, motivações e percepções subjetivas dos participantes sobre o ato de empreender durante e após a pandemia.

Nessa mesma direção, a utilização da Análise Crítica do Discurso (ACD), conforme proposta por Fairclough (2003), introduz uma dimensão analítica que ultrapassa a descrição dos fatos, permitindo examinar como as relações de poder, as ideologias e os discursos hegemônicos influenciam as práticas empreendedoras no distrito.

Dessa forma, a metodologia empregada se alinha aos fundamentos ontológicos e epistemológicos do estudo, possibilitando uma compreensão aprofundada da construção social e simbólica do empreendedorismo em Valentim, especialmente nos contextos pandêmico e pós-pandêmico.

Destaca-se que esta pesquisa foi submetida ao Comitê de Ética em Pesquisa (CEP), tendo sua aprovação efetivada sob o número do Parecer: 4.141.519, no dia 08 de Julho de 2020. Assim, a coleta de dados se deu primeiramente por meio de pesquisa bibliográfica; entrevista estruturada junto à 50 empreendedores de Valentim, distrito pertencente ao município de Boa Nova, Bahia cuja aplicação entre os dias 02 a 18 de junho do ano de 2021; e de entrevista semiestruturada com o secretário de Agricultura do município em 21 de março de 2024. O roteiro foi estruturado com dez questões abertas e fechadas, relacionadas ao perfil dos empreendedores, setores de atuação, grau de instrução, origem dos recursos, motivações empreendedoras e nível de satisfação; e a entrevista com oito questões sobre

fomento, inovação, parcerias, política municipal e o empreendedorismo rural e agrícola.

A técnica de análise da entrevista, a Análise Crítica do Discurso (ACD), considerou dois cenários: i) pandemia; ii) pós-pandemia, em sete categorias definidas com base no referencial teórico e no roteiro de entrevista, sendo: Fomento ao empreendedorismo; Inovação; Política municipal; Parcerias; Agricultura; Empreendedorismo Agroecológico; e Empreendedorismo Rural. Em relação ao estudo dos cenários, foram analisadas a prática discursiva (consumo do discurso), ou seja, como esse discurso é produzido e distribuído, e como se efetiva a mensagem; e a prática social (aspectos ideológicos e hegemônicos) que reflete o discurso que a resposta evoca.

4 Apresentação e análise dos resultados

4.1 Entrevista com os empreendedores locais

Esta seção apresenta os resultados da entrevista estruturada junto aos empreendedores que atuam no distrito de Valentim, Boa Nova (BA). A análise é exposta por meio de gráficos sequenciais, abordando o perfil sociodemográfico, o nível de escolaridade, o ano de início dos empreendimentos e, posteriormente, as motivações empreendedoras, com foco nos fatores que impulsionaram a criação e o crescimento dos negócios.

Dentre os empreendedores entrevistados, 58% são do sexo masculino, sendo a maioria com idade entre 18 e 29 anos (Figura 1). A faixa etária dos 18 aos 45 anos domina o cenário empreendedor local, com significativa presença feminina entre 30 a 45 anos e 46 a 60 anos.

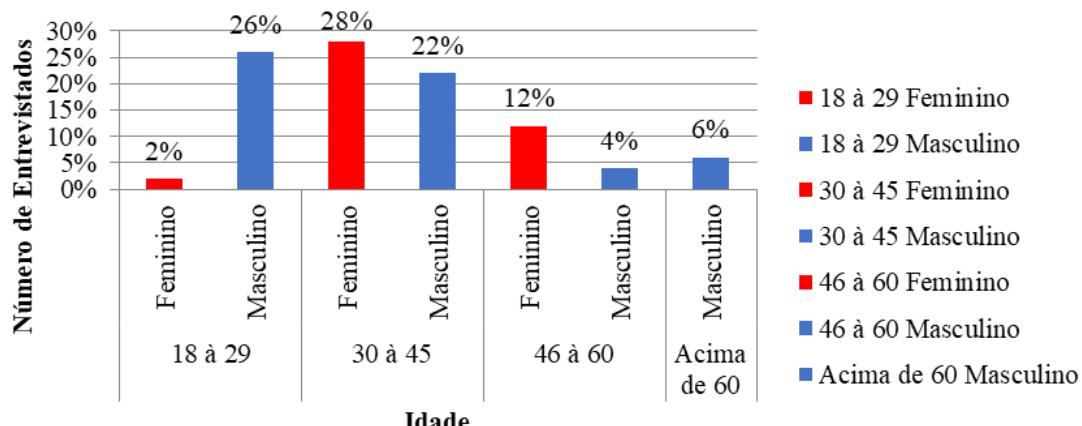


Figura 1. Sexo x Idade

Fonte: elaborado pelas autoras (2021)

Esse resultado acompanha a tendência nacional apontada pelo Relatório GEM (2019), segundo o qual a taxa de empreendedorismo masculino supera a feminina, embora as mulheres apresentem participação crescente, sobretudo em atividades voltadas ao setor de serviços e alimentação. Segundo o relatório, foi constatado que o número de mulheres empreendedoras por necessidade era maior em relação aos homens (GEM, 2019). De modo que estes empreendimentos possuem menor duração e algumas dessas mulheres empreendem por motivações provisórias, como piora da renda familiar, mas abandonavam posteriormente quando esse problema era resolvido. Além da questão sociocultural das mulheres, em que estas apresentavam maior envolvimento com as atividades domésticas, sendo que 93% delas dedicavam o dobro de tempo que os homens nessas atividades (GEM, 2019).

Sob a lente da sociologia econômica de Granovetter (1973), esse recorte de gênero e faixa etária pode ser compreendido como expressão das redes sociais e vínculos comunitários que sustentam o ato de empreender. Em localidades pequenas, como Valentim, o acesso a oportunidades e recursos é mediado pelas relações de confiança, reciprocidade e reputação, o que favorece especialmente aqueles que possuem maior inserção nas redes locais. As mulheres, ao articular as atividades produtivas com as responsabilidades familiares, constroem estratégias empreendedoras

enraizadas nas relações sociais para superar as barreiras de gênero e as duplas jornadas, o que confirma a noção de que o comportamento econômico é socialmente incorporado nas estruturas comunitárias.

Em relação à escolaridade, a Figura 2 apresenta que a maioria dos empreendedores declarou ter estudado até o Ensino Médio; seguido pelos empreendedores que possuem Ensino Superior completo. O que demonstra que no ato de empreender, a educação tem desempenhado um papel decisivo desde a origem, construção, funcionamento, até a manutenção dessas empresas.

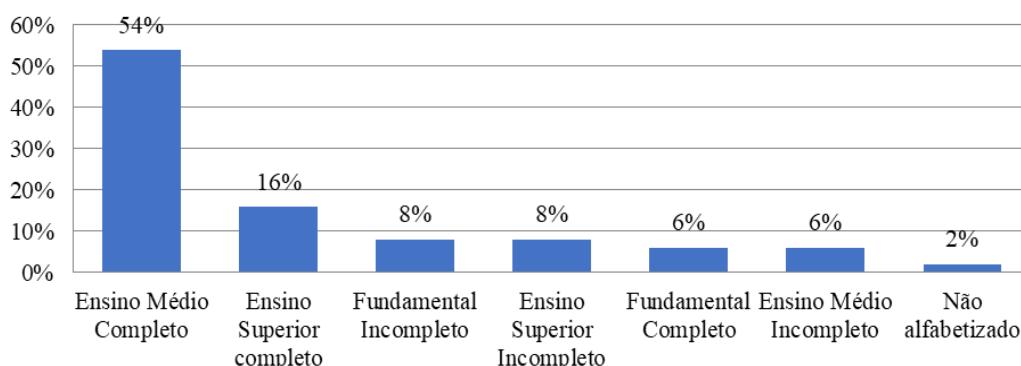


Figura 2. Escolaridade

Fonte: elaborado pelas autoras (2021)

Segundo o Relatório do SEBRAE (2021b) sobre os dados do Empreendedorismo Informal no Brasil, a baixa escolaridade é mais frequente entre os empreendedores informais e de baixa renda, sendo estes em sua maioria jovens com média de até 35 anos de idade atuantes principalmente nas áreas de construção e agropecuária. Enquanto a média e alta escolaridade é mais comum entre os empreendedores formais e de renda média e elevada.

A educação, portanto, aparece como um capital social e cultural relevante, que amplia o acesso à informação e fortalece a capacidade de planejamento dos negócios. Essa constatação se alinha à visão de Granovetter (1973), tendo em vista que o conhecimento formal é potencializado pela rede de contatos e pelas trocas locais de saberes. Na

vertente da sociologia econômica, os recursos econômicos e as oportunidades de negócio emergem das interações entre capital humano e capital relacional.

Analizando os dados da pesquisa, o ramo Comercial é mais presente no distrito de Valentim, representando 80% dos empreendimentos, seguido de Serviços com 16% e Indústria com 4%. Segundo o estudo realizado pelo SEBRAE (2020), no estado da Bahia há um crescimento significativo da produção industrial que não se confirma no distrito.

Dentro do setor comercial, o varejo do vestuário (20,51%) e produtos alimentícios (17,95%), identificados na pesquisa como minimercados e mercearias, são os mais comuns na localidade estudada. Este é um fator característico das pequenas localidades, que apesar de poucos estabelecimentos, apresentam grande variedade. Dentre os serviços que são prestados no distrito de Valentim, há uma predominância do ramo alimentício (30%), caracterizados pelos alimentos *Fast Food*, com entregas *delivery* e restaurantes, seguido por salões de beleza e serviços de decoração de festas e eventos, ambos contabilizando 20%, respectivamente. Em relação à produção industrial, a região apresenta pouca participação, sendo identificados apenas um estabelecimento de confecção de artigos de decoração e utilidades; e outro de confecção de roupas. Logo, tal estrutura produtiva reforça o argumento de que o empreendedorismo em Valentim não se dá de forma isolada, mas se constitui a partir das interações sociais e da reciprocidade local, característica essencial do enraizamento econômico proposto por Granovetter (1973).

Em relação à origem dos empreendimentos, observou-se que a maioria das Microempresas (MEs) e Microempreendedores Individuais (MEIs) iniciou suas atividades entre 2015 e 2021 (Figura 3), período marcado por crises econômicas e, posteriormente, pela pandemia de COVID-19. De acordo com Valentim e Peruzzo (2018), as políticas públicas federais nesse intervalo buscaram estimular a formalização e o acesso ao crédito, elementos que, segundo Granovetter (1973), podem ser entendidos como

fatores institucionais que moldam as redes de apoio e legitimação do empreendedorismo. Em Valentim, a atuação da gestão municipal, do SEBRAE e do Banco do Brasil, citada pelos entrevistados, constitui um elo entre o Estado e o empreendedor local, reforçando o papel das instituições como mediadoras das práticas econômicas.

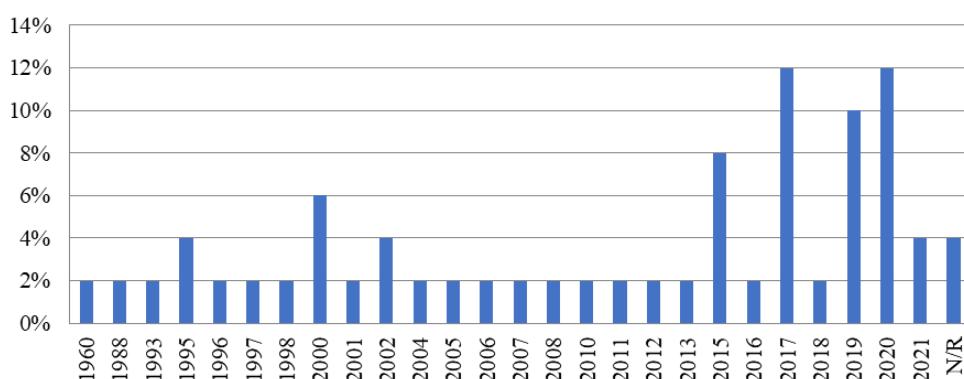


Figura 3. Ano de Início do Empreendimento

Fonte: elaborado pelas autoras (2021)

Nota: N/R se refere a nenhuma resposta.

Considerando uma análise histórica em esfera federal, conforme apresentado por Valentim e Peruzzo (2018), durante o governo Dilma, as políticas públicas brasileiras continuaram aderindo às diretrizes do Banco Mundial (BM) e do Fundo Monetário Internacional (FMI), modificando em alguns aspectos, os programas que foram instituídos pelo governo Fernando Henrique Cardoso (FHC) e implementando outros programas, seguindo as mesmas diretrizes e características semelhantes.

Em janeiro de 2017, como parte das políticas públicas de estímulo ao empreendedorismo e geração de renda, o governo Temer, em parceria com o SEBRAE e o Banco do Brasil, lançou o Programa Empreender Mais Simples. O objetivo principal da iniciativa era reduzir a burocracia e facilitar o acesso ao crédito para os microempreendedores, o que incluiu o aprimoramento do Programa Microempreendedor Individual (MEI) e do Simples Nacional (Valentim & Peruzzo, 2018).

O Ministério da Economia (2021) disponibilizou o balanço de dois anos do Governo Bolsonaro, no qual constavam as seguintes políticas públicas que tem relação direta com o empreendedorismo: O Programa de Melhoria Contínua da Competitividade (PMCC), no ano de 2019, que objetiva aprimorar a produtividade e competitividade das empresas do Brasil, que apresentavam baixo índice de produtividade; A nova Lei de recuperação judicial, falência e extrajudicial (Lei nº 14.112/2020), instituída em 2020 e que tem como objetivo melhorar a recuperação judicial no Brasil, fortalecendo a retomada do crescimento após a crise pandêmica do novo Corona vírus e seus impactos.

Além da instituição do Programa Emergencial de Acesso a Crédito (PEAC), através da Lei nº 14.042/2020 que tem como objetivo facilitar a concessão de crédito e garantias para pequenas e médias empresas pela União; O Benefício Emergencial de Manutenção do Emprego e da Renda no ano de 2021. O projeto de Lei Complementar que instituiu o Marco Legal das Startups e do Empreendedorismo Inovador, que visa fomentar ideias inovadoras que se tornem modelos de negócios para criação de novas empresas, produtos ou serviços, por meio da atuação de *startups* (Ministério Da Economia, 2021).

Também nos anos de 2020 e 2021 houve a implementação do Auxílio Emergencial para os para os brasileiros em situação de vulnerabilidade, diante dos impactos da pandemia, que abrangeu os trabalhadores informais, microempreendedores individuais, entre outros. Este fator permitiu a muitos, principalmente nas pequenas cidades, iniciarem um negócio próprio, como alternativa de saída da crise ou até mesmo aproveitarem oportunidades de negócios que surgiram em meio à pandemia – que pode ser facilmente visualizado no gráfico da Figura 3 no que diz respeito ao ano de 2020.

O Relatório GEM (2019, p. 9) aponta que outros fatores também ligados ao crescimento do empreendedorismo no país, como:

[...] a não exigência do alvará de funcionamento para atividades de baixo risco, como é o caso da maioria dos pequenos comércios, a simplificação do sistema de escrituração digital de obrigações fiscais, previdenciárias e trabalhistas, e a criação da figura do abuso regulatório.

Em relação à ocupação anterior de cada empreendedor, 60% dos microempreendedores da localidade vieram da categoria autônoma, sendo 28% deles pessoas que perderam seus empregos ou que nunca conseguiram trabalhar formalmente. A situação local se assemelha ao cenário nacional, conforme apresentado pelo Relatório GEM (2019, p. 153), pois cerca de “60% dos empreendedores iniciais afirmaram estar desempregados ou procurando emprego três meses antes de começar o negócio”.

Outro aspecto relevante é a origem do capital para abertura dos negócios: 80% dos empreendedores utilizaram recursos próprios e 20% recorreram a terceiros (12% empréstimos e 8% sócios). Essa prevalência de capital próprio revela uma dependência das redes familiares e comunitárias, o que dialoga diretamente com o conceito de *embeddedness*, no qual as decisões econômicas dependem dos laços sociais que fornecem apoio, confiança e até crédito informal. O Relatório GEM (2019) corrobora esse cenário ao destacar que o acesso restrito ao financiamento formal é compensado por relações interpessoais de ajuda mútua e cooperação.

No que diz respeito às motivações empreendedoras, 48% dos entrevistados afirmaram que abriram seus negócios por uma combinação de necessidade e oportunidade (Figura 4), 38% exclusivamente por oportunidade e 14% por necessidade. A prevalência de motivações mistas indica que o empreendedorismo em Valente não pode ser reduzido a uma escolha individual ou puramente econômica; ele reflete estruturas sociais que condicionam as trajetórias individuais. Conforme Granovetter (1973), os agentes econômicos não agem isoladamente, mas dentro de redes que

oferecem suporte emocional, reputacional e logístico, influenciando tanto o momento quanto o modo de empreender.

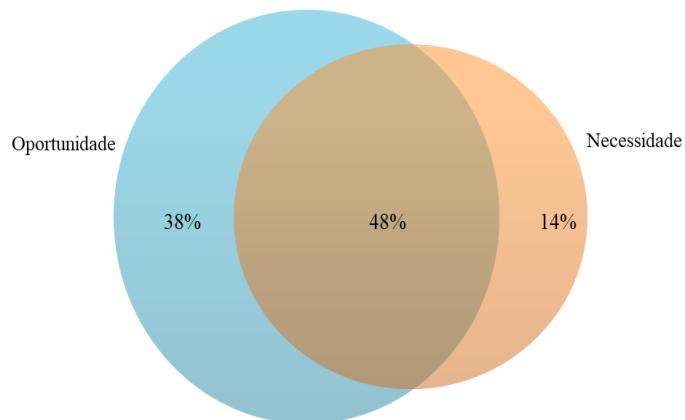


Figura 4. Motivação empreendedora

Fonte: elaborado pelas autoras (2021)

As motivações por necessidade “sobrevivência”, “falta de oportunidades” e “ausência de emprego formal” revelam a importância do contexto socioeconômico e institucional como determinante do comportamento empreendedor. Já entre as motivações por oportunidade (Figura 5), destacam-se “descoberta de uma ideia”, “decisão planejada”, “autonomia” e “realização financeira”.



Figura 5. Principais Motivações relacionadas à Oportunidade
Fonte: elaborado pelas autoras (2021)

Tais fatores mostram que os empreendedores locais, mesmo diante de limitações estruturais, mobilizam suas redes sociais e familiares para transformar ideias em negócios viáveis. Isso reforça a tese de Granovetter (1973) de que as relações interpessoais são o meio pelo qual os indivíduos acessam informações e recursos econômicos, viabilizando inovações mesmo em contextos de escassez.

Por fim, o elevado nível de satisfação entre os empreendedores: 64% satisfeitos e 24% muito satisfeitos; evidencia que o êxito não está apenas ligado a indicadores econômicos, mas também ao reconhecimento social e simbólico obtido dentro da comunidade. Esse reconhecimento é uma forma de capital social que sustenta a permanência dos empreendimentos e cria um ciclo virtuoso de confiança e reciprocidade, novamente alinhado à perspectiva de enraizamento social do empreendedorismo defendida por Granovetter (1973).

Assim, a análise dos dados permite compreender que o empreendedorismo em Valentim é impulsionado não apenas por fatores econômicos ou individuais, mas principalmente por redes sociais, relações de confiança e interações institucionais que conformam o ambiente econômico local. À luz da Sociologia Econômica, tais dinâmicas revelam que o ato de empreender é simultaneamente econômico e social, sendo construído nas conexões entre pessoas, instituições e território.

4.2 O cenário pandemia e pós-pandemia do empreendedorismo em Valentim-BA

Considerando o fomento ao empreendedorismo durante e após a pandemia, observa-se um movimento discursivo que parte da constatação de crise (pandemia) para uma narrativa de retomada, marcada, contudo, por generalidades e pela ausência de indicadores objetivos (Quadro 1).

Quadro 1. Fomento ao empreendedorismo sob análise crítica do discurso

Categoria	Período	Trecho do	Prática	Prática social
-----------	---------	-----------	---------	----------------

		discurso	discursiva	
Fomento ao empreendedorismo	Pandemia	“O comércio caiu, a feira livre caiu [...] a própria situação nos deixou de pés e mãos atadas.”	Narrativa de perda e limitação; fala com marcadores de incerteza e responsabilização sistêmica.	Assimilação da crise; legitima a estagnação. Variável: fragilidade das redes de apoio locais.
	Pós-pandemia	“Quando as coisas se estabilizaram [...] a gente teve um avanço, mas foi um trabalho de uma nova escala [...]”	Reinterpretação otimista, porém, vaga; recuperação apresentada sem políticas claras.	Recuperação percebida de forma empírica; ausência de ações públicas explicitadas. Cenário: resiliência individual vs. ausência de liderança municipal.
		“Tem o momento do empreendedorismo rural e do urbano [...] fomentar mais agora o urbano.”	Reorientação de foco; discurso prospectivo que sinaliza mudança de prioridade.	Tendência à urbanização das políticas; possível exclusão relativa do rural. Cenário: Redistribuição de recursos e público-alvo.

Fonte: elaborado pelas autoras (2024)

De modo geral, o gestor alterna entre responsabilizar a conjuntura e destacar iniciativas pontuais (feiras, retomada econômica) para o período da pandemia, sem explicitar instrumentos públicos ou métricas de sucesso. A mudança de foco do rural para o urbano emerge como estratégia discursiva que pode responder a objetivos políticos de visibilidade e atração de investimentos, mas também evidencia o risco de desequilíbrio territorial nas políticas de fomento.

Sob a ótica da sociologia econômica de Granovetter (1973), esse movimento pode ser interpretado como um processo de reconfiguração das redes de apoio e dos vínculos institucionais que estruturam a ação empreendedora local. A pandemia rompeu temporariamente as conexões de confiança e cooperação entre empreendedores, Estado e mercado, levando à fragilização do tecido econômico. No pós-pandemia, observa-se uma

tentativa de reconstrução dessas redes, ainda que de forma incipiente e dependente de estruturas externas (como SEBRAE e SENAR).

Em relação à inovação (Quadro 2), o conceito é construído no discurso sobretudo como resultado de parcerias com instituições de assistência técnica e capacitação, o que reforça uma visão tecnicista e incremental do processo inovativo.

Quadro 2. Inovação sob análise crítica do discurso

Categoría	Período	Trecho do discurso	Prática discursiva	Prática social
Inovação	Pandemia	“Inovação buscando parceiros como o SEBRAE [...] parceria com o SENAR [...] Instituto ISPA.”	Ênfase em parcerias técnicas; legitimação por referências institucionais.	Parcerias técnicas como principal forma de estímulo — foco em capacitação. Variável: dependência de agências externas.
	Pós-pandemia	“Tem a ATER de assistência técnica [...] pelo SENAI [...] pela prefeitura.”	Reforço de repertório técnico; ampliação do leque institucional.	Ampliação de rede técnica, mas pouca menção à inovação territorial/tecnológica (patentes, P&D). Cenário: Tecnização sem inovação sistêmica.

Fonte: elaborado pelas autoras (2024)

O enunciado privilegia a transferência de conhecimento técnico proveniente de instituições parceiras, como SEBRAE, SENAR, SENAI e ISPA, configurando uma inovação institucionalmente mediada, mas pouco endógena. Na perspectiva de Granovetter (1973), essa dependência revela o caráter enraizado e relacional da economia local: a inovação e a aprendizagem ocorrem dentro das redes sociais e institucionais existentes, mas a falta de articulação entre esses atores limita o surgimento de inovação autônoma e sustentável. Em Valentim, portanto, as redes de cooperação são amplas, porém frágeis, dependentes da presença e da iniciativa de agentes externos.

O discurso sobre política municipal (Quadro 3) reforça esse padrão relacional: a ênfase na captação de recursos e na performance administrativa indica que a gestão busca legitimização por meio da visibilidade e da execução de projetos pontuais (como o Bahia Produtiva), mas sem consolidar uma estrutura local de governança empreendedora.

Quadro 3. Política Municipal sob análise crítica do discurso

Categoría	Período	Trecho do discurso	Prática discursiva	Prática social
Política municipal	Pandemia	“Inscrevemos no chamado Bahia Produtiva [...] construindo um novo viveiro [...] cerca de R\$ 300 mil.”	Discursividade de captação de recursos; performatividade da ação pública.	Politização do êxito financeiro; uso de projetos estaduais como evidência de atuação. Cenário: visibilidade política, legitimidade gerencial.
	Pós-pandemia	“Não faz isso do dia pra noite [...] preparar a comunidade [...] a semente tá plantada.”	Estratégia de neutralização de expectativas: adia resultados, civiliza a ação como processo.	Desresponsabilização parcial da gestão por dificuldades de execução. Cenário: gestão do tempo político vs. eficácia.

Fonte: elaborado pelas autoras (2024)

A fala constrói um cenário de esforço legítimo — o investimento é apresentado como prova de trabalho — ao mesmo tempo em que naturaliza a demora e desloca parte da responsabilidade pelos resultados à comunidade. Em termos sociológicos, essa prática discursiva reforça o que Granovetter (1973) descreve como dependência relacional entre Estado e sociedade: as ações públicas se sustentam nas redes locais de confiança, mas, quando essas redes são frágeis, o poder público tende a transferir a responsabilidade pela execução aos próprios beneficiários, limitando o alcance das políticas.

As parcerias institucionais (Quadro 4) são, portanto, o eixo central da atuação da prefeitura. No entanto, o discurso tende a permanecer no plano da intenção e da enumeração, sem detalhar mecanismos concretos de cooperação (recursos, metas, prazos). Esse padrão discursivo legitima a

gestão, mas reforça a assimetria de poder e dependência técnica, o que, à luz da sociologia econômica, caracteriza redes incompletas e hierarquizadas, em que os fluxos de conhecimento e capital não circulam de forma equilibrada.

Quadro 4. Parcerias sob análise crítica do discurso

Categoría	Período	Trecho do discurso	Prática discursiva	Prática social
Parcerias	Pandemia / Pós-pandemia	“A gente busca muitas parcerias [...] SEBRAE [...] SENAR [...] ISPA [...] ATER [...] SENAI.”	Repetição e enumeração institucional para conferir autoridade ao discurso.	Construção de rede institucional como principal estratégia; contudo, atuação descrita de forma geral e ainda em implementação. Cenário: dependência externa, execução parcial.

Fonte: elaborado pelas autoras (2024)

Em contraste, o discurso relativo à agricultura (Quadro 5) demonstra maior consistência, com menção a investimentos, práticas técnicas e resultados mensuráveis. O uso de dados concretos (montantes financeiros, produção de cacau, adoção de tecnologias) confere credibilidade performativa ao discurso e reflete o fortalecimento de um subsistema produtivo local.

Quadro 5. Agricultura sob análise crítica do discurso

Categoría	Período	Trecho do discurso	Prática discursiva	Prática social
Agricultura	Pós-pandemia	“Em 2023 [...] investimento no município quase 10 milhões... quase 7 milhões pelo Agro Amigo... capacitação pelo SENAR.”	Discurso quantificatório e performativo (relatório e números).	Fortalecimento do setor agrícola como pilar econômico; impactos em renda e circulação local. Cenário: injeção de recursos, capacitação técnica, recuperação produtiva.
		“Tem roças [...] tecnologia bem implantada [...] clonagem, poda	Narrativa prospectiva e técnica; construção de	Visão de valorização produtiva do cacau e potencial de

		[...] daqui um ano ou dois [...] cacau carregado.”	futuro econômico.	agregação de valor. Cenário: produtividade, tecnologia, possibilidades de industrialização local.
--	--	--	-------------------	---

Fonte: elaborado pelas autoras (2024)

Sob a perspectiva de Granovetter (1973), esse segmento representa o núcleo mais enraizado socialmente do empreendedorismo em Valentim, pois articula redes de produtores, instituições de crédito (como o Agro Amigo) e entidades de capacitação. A presença dessas conexões fortalece o capital relacional e a coesão comunitária, evidenciando que o desenvolvimento econômico não decorre apenas de recursos financeiros, mas da qualidade dos laços entre os atores sociais envolvidos.

No caso do empreendedorismo agroecológico (Quadro 6), as falas evidenciam iniciativas concretas, como feiras e viveiros, que indicam práticas de fomento à economia sustentável. Entretanto, a concentração dessas ações na sede municipal, e não no distrito de Valentim, revela limites territoriais na difusão das redes de apoio.

Quadro 6. Empreendedorismo Agroecológico sob análise crítica do discurso

Categoría	Período	Trecho do discurso	Prática discursiva	Prática social
Empreendedorismo Agroecológico	Pós-pandemia	“[...] projeto [...] feira da AgriSol com produtos agroecológicos [...] aquisição de barracas [...] viveiro [...] Bahia Produtiva.”	Discurso de projeto e infraestrutura ; vinculação a ações de fomento local.	Construção de circuitos curtos de comercialização e fortalecimento de cadeias locais. Cenário: turismo ecológico, agregação de valor, oferta institucional.

Fonte: elaborado pelas autoras (2024)

Não se faz referência ao período pandêmico, mas o gestor traz informações relevantes acerca dos investimentos realizados na agroecologia

especificamente na cidade sede do município, mas não exclusivamente do distrito de Valentim. Porém a TV UESB (2022), durante a pandemia sobre um dos fatores que impulsiona a economia agrícola no município, a feira livre, no episódio 05, sob título “Domingo é dia de feira na pequena Valentim” que reforça que “o distrito de 5 mil habitantes recebe gente de toda a redondeza que vem comer, fazer compras ou simplesmente passear” (TV UESB, 2022).

De forma indireta, é possível perceber que há um cenário fortemente voltado à agroecologia, mas que ainda é pouco explorado e há muito o que ser investido e pode ser muito mais explorado como potencial turístico voltado para o desenvolvimento agroecológico como afirma o Valentim Site:

As paisagens locais permitem flagrar imagens incríveis, destacado pelo verde dos campos, montanhas e florestas, além das nascentes e vertentes de água em locais totalmente preservados, o que transforma o local no destino de vários turistas, pesquisadores e aventureiros na região em várias épocas do ano (Valentim, 2023).

Portanto, esse cenário aponta para o potencial de formação de circuitos curtos de comercialização e turismo agroecológico, capazes de fortalecer vínculos locais entre produtores, consumidores e visitantes. De acordo com a lógica de *embeddedness* de Granovetter (1973), o sucesso dessas iniciativas depende da densidade das relações sociais e da confiança mútua, ainda pouco exploradas institucionalmente.

Por sua vez, o empreendedorismo rural (Quadro 7) transita entre o reconhecimento das perdas pandêmicas e a celebração da recuperação produtiva no pós-pandemia, com destaque para a cadeia do cacau, mas carece de dados de produção, número de produtores beneficiados e/ou grau de agregação local para fortalecimento do discurso.

Quadro 7. Empreendedorismo Rural sob análise crítica do discurso

Categoría	Período	Trecho do discurso	Prática discursiva	Prática social
Empreendedorismo Rural	Pandemia	“O produtor ficou desanimado [...] autoestima lá em baixo [...] alguns se fecharam.”	Descrição empática; evidencia impacto humano e social.	Erosão temporária do tecido empreendedor rural; diferença entre resilientes e vulneráveis. Cenário: assistência técnica, acesso a crédito, apoio institucional.
	Pós-pandemia	“Média de 20 mil arrobas de cacau por ano [...] mais de 10 milhões [...] produtores em nível espetacular.”	Reafirmação de recuperação e potencial econômico; discurso motivador e projetivo.	Indicador de recuperação e valorização do cacau; potencial para cadeia de valor local. Cenário: produtividade, mercado, infraestrutura de processamento.

Fonte: elaborado pelas autoras (2024)

A ênfase na produtividade e no potencial de renda reforça o discurso de resiliência econômica, mas, à luz da Sociologia Econômica, também evidencia o papel das redes de cooperação agrícola como fator de reestruturação do território. A difusão de práticas técnicas (clonagem, poda, manejo) e o uso de crédito orientado são manifestações concretas da reconstrução das redes econômicas pós-crise. Ou seja, um exemplo de como o capital social e institucional atua como infraestrutura invisível do desenvolvimento.

Em síntese, durante a pandemia, o discurso municipal foi marcado por incerteza, perda e fragilidade das redes de apoio, enquanto no pós-pandemia emergem narrativas de retomada e reconstrução, ainda que pouco articuladas a planos estratégicos. As parcerias e a inovação aparecem como pilares discursivos, mas sua efetividade depende da consolidação de redes

locais estáveis e interdependentes, capazes de reduzir a vulnerabilidade institucional e fortalecer a autonomia dos empreendedores.

À luz da sociologia econômica de Granovetter (1973), o cenário de Valentim revela um empreendedorismo fortemente enraizado em redes sociais e institucionais, porém ainda periférico em termos de inovação e governança local. O gestor municipal atua como nó articulador entre as instituições de apoio (SEBRAE, SENAR, SENAI, ISPA) e os empreendedores, configurando uma dinâmica de cooperação relacional, mas também de dependência estrutural. Assim, o desenvolvimento econômico local se apresenta menos como resultado de forças de mercado autônomas e mais como produto das relações sociais, políticas e institucionais que moldam as possibilidades de ação no território.

Portanto, o empreendedorismo observado no distrito de Valentim aproxima-se predominantemente da vertente da Sociologia Econômica. Nessa perspectiva, conforme argumenta Granovetter (1973), mais do que promover inovações disruptivas, esse perfil empreendedor busca consolidar e adaptar mercados existentes às necessidades locais, reforçando a dependência de políticas públicas e iniciativas comunitárias como elementos centrais para a sustentabilidade dos empreendimentos.

5 Considerações finais

Os resultados desta pesquisa evidenciam que o empreendedorismo em Valentim apresenta predominância de perfil masculino e de faixa etária mais elevada, refletindo ainda uma divisão tradicional de papéis de gênero. Nessa configuração, as mulheres, especialmente nas áreas rurais, permanecem vinculadas às atividades domésticas e de cuidado, reforçando papéis de gênero e que o sustento econômico da família é uma atribuição masculina.

Verificou-se, contudo, um crescimento expressivo no número de empreendedores nos últimos três anos, acompanhado de elevado grau de satisfação com as atividades desempenhadas. O setor comercial,

especialmente os segmentos de alimentação e vestuário, desponta como o principal campo de atuação, revelando traços estruturais da economia local e sua capacidade de adaptação às demandas comunitárias.

A elevação do nível educacional de parte dos empreendedores, associada à escassez de empregos formais, demonstra que o empreendedorismo, nesse contexto, emerge tanto como alternativa de sobrevivência quanto como caminho de realização pessoal e profissional. Assim, as motivações identificadas extrapolam a dicotomia entre necessidade e oportunidade, envolvendo dimensões subjetivas como o desejo de autonomia, reconhecimento social e pertencimento territorial. Ainda que o turismo se apresente como um vetor potencial de dinamização econômica, sua exploração permanece incipiente.

As evidências apontam predominância das motivações por oportunidade sobre as de necessidade, o que indica um ambiente favorável à inovação incremental e ao fortalecimento de arranjos produtivos locais. Todavia, muitos empreendedores situam-se em uma zona híbrida entre ambas as motivações, revelando um processo de amadurecimento ainda em curso.

Durante e após a pandemia de COVID-19, os principais desafios identificados relacionam-se à concentração espacial das ações em áreas urbanas, à dependência de parcerias externas, à execução parcial de políticas públicas e à carência de indicadores de monitoramento e avaliação. Para enfrentar essas fragilidades, recomenda-se a criação de um sistema integrado de indicadores, contemplando métricas financeiras, produtivas, de cobertura, de capacitação e de inovação; aliado a mecanismos permanentes de acompanhamento dos beneficiários.

A análise do discurso do gestor municipal revelou um empreendedorismo que se estrutura mais pela densidade relacional do que pela existência de uma política pública sistematizada. O Estado aparece como mediador de vínculos, articulando instituições de fomento e agentes produtivos, mas sem consolidar uma governança capaz de sustentar o

desenvolvimento de modo autônomo. Esse padrão evidencia um modelo de ação econômica enraizada nas relações sociais, em que o desempenho dos empreendedores depende fortemente da qualidade das conexões estabelecidas com o poder público e as instituições de apoio.

Assim, do ponto de vista teórico, o estudo confirma a pertinência da Sociologia Econômica como lente analítica, ao demonstrar que o empreendedorismo em Valentim é fortemente enraizado nas redes sociais e institucionais locais, conforme propõe Granovetter (1973). A atuação empreendedora, nesse contexto, se estrutura de maneira coletiva e relacional, priorizando a adaptação gradual às condições do território e a consolidação de mercados locais, mais do que a ruptura inovadora.

Recomenda-se, portanto, que as políticas públicas de fomento ao empreendedorismo avancem em três dimensões temporais: padronizar informações e validar dados estatísticos, no curto prazo; consolidar parcerias com metas de resultado e sistemas de acompanhamento, no médio prazo; e no longo prazo, estruturar políticas de inovação territorial que reduzam a dependência externa e ampliem o valor agregado da produção local.

Em síntese, este estudo contribui para o entendimento do perfil e das motivações empreendedoras no Território de Identidade Médio Rio das Contas, oferecendo subsídios para políticas públicas e programas de apoio que articulem o desejo de empreender com a qualificação técnica e a inclusão produtiva. Além de fornecer uma base empírica relevante, a pesquisa evidencia como as redes sociais e o capital relacional constituem fatores centrais na sustentabilidade dos pequenos negócios. Espera-se que este estudo estimule novas investigações em contextos socioeconômicos semelhantes, ampliando o debate sobre estratégias de desenvolvimento local e sobre as múltiplas formas de resistência e reconstrução econômica no cenário pós-pandemia.

Referências

- Baumol, W. J. (2010). *The microtheory of entrepreneurship*. Princeton; Oxford: Princeton University Press.
- Ministério da Economia (2021). *Balanço de dois anos do Governo do Presidente Jair Bolsonaro*. Relatório. Disponível em <https://www.gov.br/economia/pt-br/acesso-a-informacao/acoes-e-programas/dois-anos>
- Dornelas, J. (2018). *Introdução ao Empreendedorismo: Desenvolvendo habilidades para fazer acontecer*. Empreende.
- Drucker, P. (1998). *Inovação e Espírito Empreendedor: Prática e Princípios*. Pioneira.
- Fairclough, N. (2003). *Analyzing Discourse: textual analysis for social research*. London: Routledge.
- GEM - Global Entrepreneurship Monitor. (2018). *Empreendedorismo no Brasil* (Relatório Executivo). Brasil.
- GEM - Global Entrepreneurship Monitor. (2019). *Global Entrepreneurship Monitor - Empreendedorismo no Brasil 2018* (21st ed.). Curitiba: IBQP.
- GEM - Global Entrepreneurship Monitor. (2020). *Empreendedorismo no Brasil* (Relatório Executivo). Curitiba. <https://ibqp.org.br/wp-content/uploads/2021/02/Empreendedorismo-no-Brasil-GEM-201>
- Granovetter, M. (1973). The strength of weak ties. *American Journal of Sociology*, 78(6), 1360-1380. doi: 10.1086/225469
- IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. (2018). *Cadastro Central de Empresa*. Banco de Dados.
- IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. (2020). *Cadastro Central de Empresas: Brasil/Bahia/Boa Nova*. <http://www.ibge.com.br>
- Kirzner, I. M. (1979). *Perception, opportunity, and profit: studies in the theory of entrepreneurship*. Chicago: University of Chicago Press.
- Machado, F. S., Martins, J. L., Thiliane, R., & Da, S. ([s.d.]). *Perfil Do Microempreendedor Individual: Uma Analise na Cidade de Volta Redonda*. Aedb.br. Recuperado 5 de outubro de 2023. <https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos15/18622258.pdf>

McClelland, D. C. (1971). The achievement motive in economic growth. In P. Kilby (Ed.), *Entrepreneurship and economic development* (pp. 109-122). New York: The Free Press.

OMS - Organização Mundial da Saúde. (2023, 5 de maio). *OMS declara fim da Emergência de Saúde Pública de Importância Internacional referente à COVID-19.* Organização Pan-Americana da Saúde. <https://www.paho.org/pt/noticias/5-5-2023-oms-declara-fim-da-emergencia-saudade-publica-importancia-internacional-referente>

Schumpeter, J. A. (1971). The fundamental phenomenon of economic development. In P. Kilby (Ed.), *Entrepreneurship and economic development* (pp. 43-71). New York: The Free Press.

Schumpeter, J.A. (1982) *A teoria do desenvolvimento econômico*. São Paulo: Abril Cultural.

Schumpeter, J. A. (1985) O Fenômeno Fundamental do Desenvolvimento Econômico. In *A Teoria do Desenvolvimento Econômico*. Rio de Janeiro: Nova Cultural.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio Às Micro e Pequenas Empresas. (n.d.). *Segmentos mais promissores para pequenos negócios em 2020*. <https://atendimento.sebrae-sc.com.br/blog/segmentos-promissores-pequenos-negocios>

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio Às Micro e Pequenas Empresas (2021a). *Microempresa, Empresa de Pequeno Porte e Microempreendedor Individual: diferenças e características*. <https://www.sebrae-sc.com.br/blog/epp-microempresa-mei>

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio Às Micro e Pequenas Empresas. (2021b). *Empreendedores com baixa escolaridade puxam o crescimento da formalização no país*. <https://atendimento.sebrae-sc.com.br/blog/epp-microempresa-mei/>

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio Às Micro e Pequenas Empresas (2023). *Relatório de Dados e Estatísticas: Micro e Pequenas Empresas no Brasil*. (Em caso de relatório online sem autor individual). Sebrae.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. (2024). *Pequenos negócios dominaram criação de empregos em 2024*. Agência Sebrae de Notícias. <https://agenciasebrae.com.br/dados/pequenos-negocios-dominaram-criacao-de-empregos-em-2024>

Silva, R. C. (2015). *Valentim: Um passarinho me contou...* Salvador: Instituto Cultural Casa Via Magia.

Uesb, Tv (2022). Boa Nova: Feira Valentim | EP. 05. *tvuesb*, 16 Março 2022. <https://www.instagram.com/p/CbKrcPlA0Eq/>.

Vale, Gláucia M. V. (2014). Empreendedor: Origens, Concepções Teóricas, Dispersão e Integração. *Revista de Administração Contemporânea*, Rio de Janeiro, v. 18, n. 6, pp. 874-891.

Vale, G. M. V., Corrêa, V. S., & Reis, F. S. (2014). Motivações para o empreendedorismo: necessidade versus oportunidade. *Revista de Administração Contemporânea*, 18(3), 311-327.

Valentim, E. C. do R. B., & Peruzzo, J. F. (2018). O empreendedorismo nas políticas públicas de trabalho e geração de renda. *Argumentum*, 10(1), 261–275. <https://doi.org/10.18315/argumentum.v10i1.18362>

Valentim (2023). *Ecoturismo e economia*. Valentim Site, 2023. <https://valentimsite20.wixsite.com/valentim-ba/plants>.

Vicenzi, S., & Bulgakov, S. (2013). Fatores motivadores do empreendedorismo e as decisões estratégicas de pequenas empresas. *Revista de Ciências da Administração*, 15(35), 208-221. <http://dx.doi.org/10.5007/2175-8077.2013v15n35p208>.

Weber, M. (1958). *The protestant ethic and the spirit of capitalism*. New York: Charles Scribner's Son.

Recebido em Agosto de 2025.
Aprovado em Novembro de 2025.