



## Identificação dos motivos que levam à venda de estabelecimentos comerciais em São Lourenço do Oeste

Lara Cristina Weirich | [lara.cw@aluno.ifsc.edu.br](mailto:lara.cw@aluno.ifsc.edu.br)<sup>1</sup>

Ana Luíza Weirich | [ana.lw2009@aluno.ifsc.edu.br](mailto:ana.lw2009@aluno.ifsc.edu.br)<sup>2</sup>

Bernardo Batzner | [bernardo.b01@aluno.ifsc.edu.br](mailto:bernardo.b01@aluno.ifsc.edu.br)<sup>3</sup>

Gabriel Mathias Ferrari | [gabriel.ferrari@ifsc.edu.br](mailto:gabriel.ferrari@ifsc.edu.br)<sup>4</sup>

Francisco Ulisses da Silva Souza | [francisco.ulisses@ifsc.edu.br](mailto:francisco.ulisses@ifsc.edu.br)<sup>5</sup>

Edital de fomento do trabalho PROPPi - PIBIC-EM nº01/2025  
Trabalho de Pesquisa

DT 1 - Cultura, Comunicação, Territórios e Mediações Organizacionais

### Resumo:

A dinâmica econômica atual desafia a gestão de pequenos e médios negócios em contextos regionais como São Lourenço do Oeste. Compreender os fatores que levam empresários a vender seus estabelecimentos é relevante para o desenvolvimento local. Esta pesquisa investiga esses motivos, considerando desafios econômicos e de gestão. O objetivo é identificar as principais motivações para a venda, mapear os estabelecimentos disponíveis entre abril e maio de 2026 e compreender as percepções dos empreendedores. Espera-se que os resultados possam auxiliar os empresários da região na identificação de possíveis problemas em comum.

**Palavras-chave:** empreendedorismo; pequenas empresas; comportamento; venda; gestão empresarial.

### Introdução

O cenário econômico impõe desafios à gestão de pequenos negócios regionais, como instabilidade financeira, concorrência e limitações gerenciais. Nesse contexto, compreender os fatores que levam empresários de São Lourenço do Oeste a vender seus estabelecimentos comerciais torna-se relevante do ponto de vista acadêmico, social e econômico. A presente pesquisa tem por objetivo identificar as principais motivações para a venda, mapear os estabelecimentos disponíveis e compreender as percepções dos empresários. Fundamenta-se em uma abordagem mista, integrando métodos qualitativos e

---

<sup>1</sup>Estudante do curso Técnico Integrado de Marketing do IFSC São Lourenço do Oeste.

<sup>2</sup>Estudante do curso Técnico Integrado de Marketing do IFSC São Lourenço do Oeste.

<sup>3</sup>Estudante do curso Técnico Integrado de Marketing do IFSC São Lourenço do Oeste.

<sup>4</sup>Docente do IFSC São Lourenço do Oeste.

<sup>5</sup>Docente do IFSC São Lourenço do Oeste.

quantitativos. A coleta de dados ocorre por meio do levantamento de estabelecimentos à venda, aplicação de questionários e realização de entrevistas semiestruturadas, permitindo analisar tanto padrões estatísticos quanto aspectos subjetivos das decisões dos empreendedores.

A análise combina técnicas de estatísticas descritivas e análise de conteúdo, abrangendo empresários com estabelecimentos à venda entre abril e maio de 2026. O estudo contribui para a articulação entre ensino, pesquisa e extensão ao analisar uma problemática local e gerar conhecimentos que possam auxiliar na tomada de decisão dos empresários e no fortalecimento do comércio local, tendo como público-alvo os empresários do município. Além disso, está alinhado ao ODS 8 – Trabalho Decente e Crescimento Econômico, ao promover reflexões sobre a sustentabilidade e o desenvolvimento dos pequenos negócios.

### **Fundamentação teórica**

O empreendedorismo em pequenos municípios, como São Lourenço do Oeste, enfrenta desafios específicos que podem impactar a continuidade dos negócios. Segundo Dolabela (2008), um dos principais obstáculos é a falta de acesso a crédito e capacitação gerencial, fatores que limitam a capacidade dos empresários de gerir seus negócios de forma eficiente. Drucker (1987) reforça que a inovação e a gestão eficaz são elementos essenciais para o sucesso de qualquer negócio, destacando que a falta desses componentes pode levar ao insucesso empresarial. No contexto do comércio local, esses desafios são ainda mais evidentes, uma vez que os pequenos negócios competem não apenas entre si, mas também com grandes redes e marketplaces digitais.

O Sebrae (2004) aponta que os principais motivos para o fechamento ou venda de micro e pequenas empresas incluem problemas financeiros, falta de planejamento estratégico e concorrência acirrada. Esses fatores são frequentemente agravados em cidades menores, onde o mercado consumidor é limitado e as oportunidades de diversificação são reduzidas. Mintzberg, Ahlstrand e Lampel (2010) complementam essa visão ao afirmar que a ausência de uma estratégia clara e adaptável é um dos erros mais comuns cometidos por pequenos empresários, levando à incapacidade de responder às mudanças do mercado.

Kotler e Keller (2018) destacam que o comércio local depende da capacidade empresarial e de políticas de apoio. Diante disso, no caso de São Lourenço do Oeste, compreender os desafios enfrentados pelos empresários torna-se fundamental para propor ações que fortaleçam o comércio local e reduzam o número de estabelecimentos à venda. A pesquisa busca, portanto, contribuir para esse entendimento, utilizando como base teórica os estudos sobre empreendedorismo, gestão empresarial e os desafios específicos enfrentados por pequenos negócios em contextos regionais.

Complementando essa base teórica, o presente projeto também se fundamenta nos estudos sobre empreendedorismo e gestão de micro e pequenas empresas, com ênfase na descontinuidade empresarial, entendida como o processo de encerramento ou transferência de negócios em decorrência de fatores internos e externos. Aspectos econômicos, como instabilidade financeira e oscilações de mercado, aliados a desafios de gestão, como dificuldades administrativas e competitividade, exercem impacto significativo na permanência dos empreendimentos (Lima; Ferreira, 2025).

Nesse contexto, o empreendedorismo é compreendido não apenas como a criação de novos negócios, mas como a capacidade de inovação, adaptação e enfrentamento de riscos (Baggio; Baggio, 2014), enquanto a gestão estratégica figura como elemento essencial para a sustentabilidade empresarial (Dolabela, 2008).

### **Procedimentos metodológicos**

O estudo foi submetido e aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa (CEP), sob o CAAE nº 96624526.6.0000.0185, e aprovado no mês de abril de 2026, por meio do parecer nº 8.360.592. A pesquisa utiliza abordagem mista, integrando métodos quantitativos e qualitativos, com o objetivo de identificar os motivos que levam empresários de São Lourenço do Oeste a vender seus estabelecimentos comerciais.

A pesquisa ocorre em três etapas: 1) levantamento dos estabelecimentos à venda (abril e maio de 2026); 2) aplicação de questionários; 3) entrevistas semiestruturadas. Em seguida, será conduzida a etapa quantitativa por meio da aplicação de questionários estruturados, contendo perguntas abertas e fechadas sobre motivações para a venda, dificuldades financeiras, desafios de gestão, tempo de funcionamento do negócio e expectativas em relação à negociação. Os questionários poderão ser aplicados de forma presencial ou online, conforme a disponibilidade dos participantes.

Posteriormente, será realizada a etapa qualitativa, com entrevistas semiestruturadas aplicadas a uma amostra dos empresários participantes, visando aprofundar as informações obtidas e compreender aspectos subjetivos relacionados à decisão de venda.

Os dados quantitativos serão analisados por meio de estatística descritiva, enquanto os qualitativos serão examinados por análise de conteúdo, possibilitando a identificação de padrões e categorias interpretativas. Participarão da pesquisa, respondendo ao questionário, empresários locais com estabelecimentos à venda no período definido, sendo excluídos aqueles que não consentirem com a participação. A pesquisa envolve estudantes e comunidade local, fortalecendo a articulação entre ensino, pesquisa e extensão. Espera-se, assim, garantir o alinhamento entre os objetivos propostos, os procedimentos adotados e a análise dos dados.

### **Resultados esperados**

Considerando que o projeto ainda se encontra em andamento, não há resultados consolidados até o momento. Entretanto, com base nos dados preliminares e na proposta metodológica, espera-se identificar padrões relacionados aos fatores econômicos e gerenciais que influenciam a decisão de venda dos estabelecimentos comerciais, conforme anunciado na introdução do estudo.

Busca-se, ainda, compreender as percepções, expectativas e experiências dos empreendedores nesse processo, possibilitando uma análise integrada entre dados quantitativos e qualitativos. A discussão dos resultados será orientada pelo confronto entre os dados obtidos e a fundamentação teórica adotada, especialmente no que se refere aos fatores de descontinuidade empresarial e às estratégias de gestão em micro e pequenas empresas, evidenciando convergências e especificidades locais.

Como produto do projeto, prevê-se a elaboração de relatórios analíticos e devolutivos às associações comerciais da região, que poderão subsidiar futuras ações de apoio ao empreendedorismo e à gestão empresarial no município. Além disso, os resultados contribuirão para o aprofundamento acadêmico sobre a descontinuidade de pequenos negócios, fortalecendo a articulação entre ensino, pesquisa e extensão.

### **Considerações finais**



O projeto está em desenvolvimento. As etapas já realizadas indicam alinhamento metodológico com os objetivos propostos, evidenciando que a abordagem mista e os instrumentos de coleta definidos são adequadas para captar tanto aspectos objetivos quanto subjetivos relacionados à decisão de venda dos estabelecimentos, conforme proposto inicialmente.

Entre as principais dificuldades observadas, destacam-se a identificação e o acesso aos empresários dispostos a participar da pesquisa, bem como a limitação temporal para a coleta de dados. Até o momento, as duas associações empresariais foram consultadas, sinalizando não possuir informações de quantos estabelecimentos se encontram à venda no município.

Por outro lado, evidencia-se como principal alcance a estruturação consistente do estudo e o aprofundamento teórico-metodológico dos envolvidos. No âmbito da formação profissional, a atividade contribui para o desenvolvimento de competências em pesquisa, análise de dados, comunicação científica e compreensão da dinâmica do mercado local.

Como projeção, espera-se que os resultados possibilitem a identificação de padrões nos motivos de venda, subsidiando ações práticas voltadas ao apoio de empreendedores e à melhoria da gestão empresarial no município. Por fim, a articulação entre ensino, pesquisa e extensão mostra-se parcialmente contemplada até o momento, com potencial de fortalecimento nas etapas futuras, especialmente por meio da devolutiva dos resultados à comunidade e da aplicação prática do conhecimento produzido.

### **Referência ao fomento recebido**

Trabalho realizado com o apoio financeiro do IFSC através do edital PROPPI/PIBIC/EM nº01/2025, projeto PISLO4240-2025.

### **Referências**

BAGGIO, A. F.; BAGGIO, D. K.. *Empreendedorismo: conceitos e definições*. **Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia**, v. 1, n. 1, p. 25-38, 2014. Disponível em: <https://seer.atitus.edu.br/index.php/revistas/article/view/612>. Acesso em: 16 abr. 2026.

DOLABELA, F. **Oficina do Empreendedor**: a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.



DORNELAS, J.. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. 8 ed. São Paulo: Empreende, 2021.

DRUCKER, P. F. **Inovação e Espírito Empreendedor**: prática e princípios. 2 ed. São Paulo: Pioneira, 1987.

KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de Marketing**. 15 ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2018.

LIMA, J. S.; FERREIRA, L. R.. *Fatores de sucesso para micro e pequenos empresários: um estudo em Santa Cruz da Baixa Verde – PE*. **Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo**, v. 10, n. 3, p. 25-55, maio/jun. 2025. Disponível em: <https://www.relise.eco.br/index.php/relise/article/view/922>. Acesso em: 16 abr. 2026.

MINTZBERG, H.; AHLSTRAND, B.; LAMPEL, J. **Safári de Estratégia**: um roteiro pela selva do planejamento estratégico. 2 ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.

SEBRAE. **Fatores Condicionantes e Taxa de Mortalidade de Empresas no Brasil**. Brasília: Sebrae, 2004.