

UNILEÃO  
CENTRO UNIVERSITÁRIO DOUTOR LEÃO SAMPAIO  
CURSO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

JOSÉ HELDER SIMPLÍCIO

**A DIDÁTICA DE UM BOM PLANO DE NEGÓCIOS PARA EMPREENDEDORES  
INICIANTES**

JUAZEIRO DO NORTE-CE  
2024

JOSÉ HELDER SIMPLÍCIO

**A DIDÁTICA DE UM BOM PLANO DE NEGÓCIOS PARA EMPREENDEDORES  
INICIANTES**

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

**Orientador:** Abreviação da Titulação do Orientador  
e o Nome Completo do Orientador (Ex: Esp. Alyne  
Leite de Oliveira)

JUAZEIRO DO NORTE-CE  
2024

JOSÉ HELDER SIMPLÍCIO

**A DIDÁTICA DE UM BOM PLANO DE NEGÓCIOS PARA EMPREENDEDORES  
INICIANTES**

Este exemplar corresponde à redação final aprovada do  
Trabalho de Conclusão de Curso de JOSÉ HELDER  
SIMPLÍCIO.

Data da Apresentação \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

**BANCA EXAMINADORA**

Orientador: Esp. Alyne Leite de Oliveira

Membro: Ma. Ana Isabel Santos Calixto (UniLeão)

Membro: Esp. Hudson Josino Viana (IFCE)

JUAZEIRO DO NORTE-CE  
2024

## A DIDÁTICA DE UM BOM PLANO DE NEGÓCIOS PARA EMPREENDEDORES INICIANTES

José Helder Simplício<sup>1</sup>  
Alyne Leite de Oliveira<sup>2</sup>

### RESUMO

O desenvolvimento de um plano de negócios é um passo fundamental para qualquer empreendedor iniciante que deseja transformar uma ideia em uma empresa viável. Este artigo explora as etapas essenciais para a criação de um plano de negócios eficaz, oferecendo uma abordagem prática e acessível para iniciantes. O plano de negócios serve como um roteiro estratégico, detalhando os objetivos da empresa, o mercado-alvo, a análise de concorrência, as estratégias de marketing, a estrutura organizacional e as projeções financeiras. Inicialmente, neste trabalho, é destacado como objetivo principal, fornecer uma compreensão clara e acessível sobre a elaboração de um plano de negócios, orientando iniciantes a criar um documento robusto e eficaz que possa guiar o desenvolvimento de seus empreendimentos. Já como específicos pode-se apresentar os principais componentes de um plano de negócios e suas funções; demonstrar a importância de cada etapa do plano de negócios para o sucesso de um novo empreendimento e destacar os benefícios de um plano de negócios bem elaborado na atração de investidores e na gestão eficiente do negócio. A metodologia adotada foi pesquisa bibliográfica. A seleção do material utilizado foi feita por meio de buscas no Google Acadêmico e SCIELO. Além disso, o artigo enfatiza a necessidade de revisar e adaptar o plano regularmente, conforme a empresa cresce e as condições do mercado mudam. Ao final, sugere-se que os empreendedores busquem feedback de mentores ou consultores experientes para fortalecer o plano e aumentar as chances de sucesso.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo; Plano de Negócios; Educação Empreendedora.

### 1 INTRODUÇÃO

A elaboração de um plano de negócios é uma etapa fundamental para o sucesso de qualquer empreendimento, especialmente para aqueles que estão iniciando no mundo dos negócios. Um plano de negócios bem estruturado serve como um guia estratégico, ajudando os empreendedores a definir objetivos claros, identificar o mercado-alvo, analisar a concorrência, e planejar as operações e finanças de forma eficiente. Para iniciantes, a criação de um plano de negócios pode parecer uma tarefa desafiadora, mas é essencial para mitigar riscos, atrair investidores e garantir a viabilidade a longo prazo do negócio.

---

<sup>1</sup> Graduando do Curso de Administração do Centro Universitário Doutor Leão Sampaio/UNILEÃO, [segurodpvat.helder@anjudaguarda.com](mailto:segurodpvat.helder@anjudaguarda.com)

<sup>2</sup> Professora do Centro Universitário Doutor Leão Sampaio/UNILEÃO, Mestranda em Administração\_UFCA\_alyneoliveira@leaosampaio.edu.br

Hashimoto (2006) diz que a competitividade contemporânea exige dos negócios a melhor combinação num processo inovador para identificação de novas oportunidades, com a finalidade de crescer e se manter no mercado.

Um bom plano de negócio permite justamente esse crescimento sustentável.

Empreendedores iniciantes muitas vezes enfrentam dificuldades na elaboração de um plano de negócios devido à falta de conhecimento e experiência. Essa dificuldade pode resultar em planos incompletos ou mal estruturados, comprometendo o sucesso e a sustentabilidade do empreendimento.

Este artigo tem como objetivo principal fornecer uma compreensão clara e acessível sobre a elaboração de um plano de negócios, orientando iniciantes a criar um documento robusto e eficaz que possa guiar o desenvolvimento de seus empreendimentos. Como objetivos Específicos: Apresentar os principais componentes de um plano de negócios e suas funções; demonstrar a importância de cada etapa do plano de negócios para o sucesso de um novo empreendimento e destacar os benefícios de um plano de negócios bem elaborado na atração de investidores e na gestão eficiente do negócio.

O desenvolvimento de um plano de negócios é essencial para qualquer empreendedor que busca iniciar um novo empreendimento com uma base sólida e estratégica.

Bernardini (2008) alega que o plano de negócio não garante o êxito da empresa ou seu contido, quando o projeto é de qualidade, aumenta as chances de sucesso do empreendimento, pois, ao analisar e compreender as necessidades, cria-se uma base sólida para o acompanhamento do modelo e da estratégia de negócios.

Para os iniciantes, a falta de um guia claro pode ser um dos principais obstáculos ao sucesso, levando ao fracasso precoce do negócio. Este artigo se justifica pela necessidade de fornecer orientações práticas e acessíveis para que empreendedores inexperientes possam criar planos de negócios eficazes, aumentando suas chances de sucesso e contribuindo para o crescimento econômico e a geração de emprego.

## 2 DESENVOLVIMENTO

O estudo está estruturado da seguinte forma: Inicialmente foi detalhado o método, após o referencial teórico que fundamenta a discussão teórica, após, os resultados e discussões e considerações e referências.

### 2.1 MÉTODO

Elaborar-se-á uma pesquisa bibliográfica tendo como recursos artigos científicos, livros, teses e dissertações, manuais de Direito e diversos outros materiais que sejam pertinentes ao assunto.

Os critérios adotados para seleção dos materiais bibliográficos tomarão como base a abordagem sobre o tema e dispositivos legais a ela relacionados. Sobre tal método é possível perceber que:

A pesquisa bibliográfica exige que sejam criadas diferentes estruturas de busca. Essas estruturas definem regras para a pesquisa dos artigos através de uma metalinguagem. A metalinguagem irá permitir que os mecanismos de busca interpretem de forma efetiva o desejo do pesquisador. No entanto, elas podem variar significativamente em função dos motores de busca utilizados, pois cada um possui características próprias e interpreta as estruturas de diferentes modos (Treinta, 2011, p. 25)

Diante das questões colocadas anteriormente, a preocupação central para o encaminhamento deste estudo será de realizar uma pesquisa qualitativa e descritiva. Em termos de pesquisa qualitativa, é preciso igualmente qualidade formal que expresse a competência técnica de manejar conhecimento.

Para a operacionalização do processo investigativo, utilizar-se-á pesquisa bibliográfica (revisão de textos e fichamentos) e observação de campo através de análises observações, evidenciando as principais características e as circunstâncias evidentes e contrárias para analisarmos as possíveis constatações que nos levem ao alcance do objeto estabelecido nesse estudo.

Prodanov e Freitas (2013) afirmam que a pesquisa bibliográfica exige a verificação da veracidade das informações e dados coletados, afim de que também se possa identificar contradições e incoerências inseridas nas obras.

## 2.2 REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.2.1 Abordagem Histórica Do Empreendedorismo

A abordagem histórica do empreendedorismo envolve uma análise das suas raízes e desenvolvimento ao longo dos séculos, observando como a atividade empreendedora se manifestou em diferentes contextos econômicos e culturais. Embora o termo "empreendedor" tenha ganhado popularidade mais recentemente, a prática de empreender é tão antiga quanto a própria civilização.

O conceito de empreendedorismo pode ser traçado até os tempos antigos, quando comerciantes e agricultores já inovavam na forma de organizar e expandir suas atividades. Nos períodos greco-romano e egípcio, surgiram os primeiros sinais de práticas comerciais organizadas, com os mercadores desempenhando um papel fundamental no comércio local e internacional.

De acordo com Dornelas (2014), Marco Pólo buscou traçar rotas comerciais para o Oriente. Como empreendedor, assinou um acordo com um homem rico em bens e dinheiro, para que pudesse comercializar suas mercadorias. Nessa época, era conhecido como capitalista por assumir riscos físicos e emocionais, assumindo um papel ativo. Dessa forma, é possível notar que o empreendedorismo é uma característica que remonta a diversas gerações e, apesar de não ser formalmente reconhecido, já era percebido nas sociedades e nos negócios. Em meados da Idade Média, o termo empreendedor era empregado para designar aqueles que gerenciavam projetos de produção, mas não tomavam grandes riscos, apenas os gerenciavam. Isso demonstra a evolução dos conceitos sobre o empreendedorismo ao longo dos anos.

Durante a Idade Média, o comércio se expandiu nas cidades europeias, especialmente com o surgimento das feiras e mercados. No entanto, o controle da economia era em grande parte dominado pelos feudos e pela Igreja, limitando as atividades empresariais autônomas.

O mercantilismo marcou um período de transição significativo para o empreendedorismo, com o surgimento do comércio internacional e a acumulação de capital. Nessa época, o empreendedorismo se manifestava principalmente por meio de comerciantes que organizavam grandes expedições comerciais e exploravam colônias para obter metais preciosos e especiarias. O Estado desempenhava um papel central, regulando o comércio e promovendo monopólios em favor dos interesses nacionais.

Segundo Hashimoto (2006), o conceito de empreendedorismo foi estabelecido por Richard Cantillon em 1755, que discutia o risco de comprar algo por um preço específico e vendê-lo sob condições incertas. Ele foi um dos pioneiros em distinguir o empreendedor, que assume riscos, do capitalista, que disponibiliza capital.

Um dos exemplos mais notáveis foi a fundação de empresas como a Companhia das Índias Orientais, que estabeleceu rotas comerciais lucrativas e formou as bases para a futura industrialização. Nesse período, o empreendedorismo ainda estava fortemente associado ao risco financeiro, mas as inovações em transporte e navegação proporcionaram novas oportunidades de crescimento econômico.

Com a Revolução Industrial, o conceito de empreendedorismo evoluiu rapidamente. O surgimento de novas tecnologias, como a máquina a vapor e a fiação mecânica, abriu caminho para uma nova classe de empreendedores, conhecidos como os capitalistas industriais. Esses indivíduos investiram em fábricas, promoveram inovações tecnológicas e gerenciaram grandes empreendimentos, redefinindo o papel do empreendedor na economia.

Nomes como Richard Arkwright e James Watt se destacaram nesse período por sua habilidade em transformar inovações tecnológicas em negócios lucrativos, impulsionando o crescimento de setores industriais como o têxtil e o ferroviário.

No início do século XX, o termo "empreendedor" começou a ser estudado mais sistematicamente. Joseph Schumpeter, economista austríaco, foi um dos primeiros a definir o papel do empreendedor como agente de "destruição criativa", ou seja, alguém que impulsiona a inovação e cria novos mercados ao desestabilizar o antigo. Schumpeter via o empreendedor como o motor do crescimento econômico, essencial para o desenvolvimento de novas indústrias e tecnologias.

Nas décadas seguintes, com a ascensão de corporações multinacionais e a expansão do capitalismo global, o empreendedorismo se tornou uma força vital para a inovação e para a criação de novos mercados. Grandes nomes como Henry Ford (com a produção em massa) e Steve Jobs (com a revolução digital) exemplificaram essa evolução.

Ao longo do tempo, alcançamos o século XIX e o início do XX. Conforme Dornelas (2014), naquela época, os empreendedores eram frequentemente comparados aos gestores e administradores, com uma perspectiva de que eram simples organizadores de empresas,

encarregados de controle, planejamento e tarefas ligadas à empresa, com um único objetivo: o capitalismo. Essa visão ainda persiste nos dias atuais.

Nos dias atuais, o empreendedorismo continua a evoluir, com a era da tecnologia digital e da internet abrindo novas fronteiras para negócios inovadores. Startups, especialmente no setor de tecnologia, tornaram-se sinônimos de empreendedorismo moderno. Elon Musk, Mark Zuckerberg e outros líderes de grandes empresas de tecnologia representam essa nova era, onde o capital de risco e o espírito inovador impulsionam avanços nas mais diversas áreas, de inteligência artificial a biotecnologia.

Além disso, a globalização permitiu que empreendedores de países emergentes também ganhassem destaque, criando uma rede de inovação mundial que transcende fronteiras e modelos tradicionais de negócios.

A história do empreendedorismo reflete uma longa trajetória de adaptação e inovação, com os empreendedores desempenhando papéis cruciais em diferentes momentos históricos. Desde os mercadores da antiguidade até os inovadores digitais do século XXI, o espírito empreendedor tem sido um motor constante de transformação econômica e social, impulsionando o progresso ao enfrentar os desafios de cada época.

### 2.2.1.1 Teorias do Empreendedorismo

O empreendedorismo é um campo de estudo vasto e interdisciplinar, com várias teorias desenvolvidas ao longo do tempo para explicar a natureza, as motivações e os resultados das atividades empreendedoras. A seguir, exploram-se algumas das principais teorias do empreendedorismo.

A teoria econômica do empreendedorismo remonta a economistas clássicos como Joseph Schumpeter e Jean-Baptiste Say. Schumpeter descreve o empreendedor como o agente de mudanças e inovações no sistema econômico. Segundo ele, o empreendedor é o responsável por introduzir "destruição criativa", criando novos produtos ou serviços que substituem os antigos, impulsionando o progresso econômico (SCHUMPETER, 1934). Já Jean-Baptiste Say enfatiza o papel do empreendedor como intermediário entre os fatores de produção, coordenando recursos para gerar valor (SAY, 1803).

A teoria comportamental do empreendedorismo foca nas características e comportamentos individuais que distinguem os empreendedores dos demais agentes

econômicos. David McClelland, em seus estudos de motivação, propôs que empreendedores possuem uma "necessidade de realização" (n-Ach) mais elevada, o que os impulsiona a buscar o sucesso em situações que envolvem riscos moderados e a responsabilidade pessoal pelo resultado (MCCLELLAND, 1961). A teoria comportamental sugere que a autoconfiança, a disposição para assumir riscos e a capacidade de inovar são fatores fundamentais que influenciam o comportamento empreendedor.

A teoria da contingência, proposta por estudiosos como William Gartner, afirma que o empreendedorismo não pode ser explicado por uma única variável, mas deve ser entendido no contexto de múltiplos fatores, como o ambiente, as características pessoais do empreendedor e a oportunidade de negócio. Gartner argumenta que o processo de empreendedorismo varia significativamente dependendo das circunstâncias específicas em que ocorre, e que o sucesso depende da habilidade do empreendedor de adaptar suas estratégias às condições dinâmicas do mercado (GARTNER, 1985).

A teoria do capital humano sugere que o conhecimento, habilidades e experiências adquiridos pelos indivíduos desempenham um papel crucial no sucesso empreendedor. Gary Becker foi pioneiro ao aplicar o conceito de capital humano ao empreendedorismo, afirmando que o investimento em educação e treinamento aumenta a capacidade dos empreendedores de identificar e aproveitar oportunidades, gerando inovação e crescimento econômico (BECKER, 1964). Estudos posteriores reforçaram a ideia de que empreendedores com maiores níveis de educação e experiência tendem a ter mais sucesso em suas empreitadas.

A teoria da rede social do empreendedorismo enfatiza a importância das conexões sociais e redes de relacionamento no desenvolvimento de empreendimentos. Pesquisadores como Aldrich e Zimmer destacam que as redes fornecem aos empreendedores acesso a informações, recursos, conselhos e apoio emocional, fatores essenciais para o sucesso dos negócios (ALDRICH & ZIMMER, 1986). O capital social, ou seja, o conjunto de recursos disponíveis através das relações interpessoais, torna-se um diferencial competitivo.

A teoria da oportunidade, desenvolvida por Israel Kirzner, propõe que o empreendedor é alguém que percebe oportunidades de arbitragem no mercado antes dos outros. De acordo com Kirzner, o processo empreendedor é baseado na "vigilância empreendedora", onde o indivíduo está constantemente atento às falhas de mercado ou às lacunas entre a oferta e a demanda, aproveitando essas oportunidades para gerar lucro (KIRZNER, 1973). Diferente de Schumpeter, Kirzner vê o empreendedorismo como um processo incremental e orientado pela descoberta, ao invés de grandes inovações disruptivas.

O estudo do empreendedorismo abrange várias teorias, cada uma oferecendo uma perspectiva única sobre o papel do empreendedor na economia. Seja através da inovação disruptiva de Schumpeter, da busca por realização de McClelland ou da percepção de oportunidades de Kirzner, o empreendedor é visto como um agente fundamental no desenvolvimento econômico e social.

### 2.2.1.2 Desafios para a abertura de um Negócio

Abrir um negócio é um processo desafiador, que envolve a superação de diversas barreiras que podem variar de acordo com o setor e o contexto econômico. Entre os principais desafios, destacam-se: planejamento inadequado, falta de capital e entendimento limitado do mercado.

Muitos empresários ainda não compreendem a relevância do planejamento e da organização. É por essa razão que muitos fracassam em seus negócios sem sequer terem experimentado o "prazer" de possuir seu próprio negócio.

O plano de negócios surge na fase de elaboração de um esboço para o negócio. Esta ferramenta tem como meta principal guiar o empresário nas decisões tomadas e auxiliá-lo a decidir pela abertura ou não do seu novo empreendimento. Ademais, o plano de negócios pode servir como um "pilare" para os negócios já estabelecidos, atuando como um instrumento de suporte que auxiliará nas próximas etapas da organização.

Dornelas (2015) diz que o plano de negócios é um documento utilizado para detalhar um negócio e o modelo de negócios que o sustenta. A sua criação requer um processo de aprendizado e autoconhecimento, além de possibilitar ao empresário se situar em seu ambiente de negócios.

A seguir, exploraremos cada um desses pontos com base em referências e análises atuais.

O planejamento é a base para o sucesso de qualquer empreendimento. Um erro comum entre empreendedores é iniciar um negócio sem um plano de negócios detalhado. Este documento deve prever desde o público-alvo até as projeções financeiras e estratégias de marketing.

De acordo com Sebrae (2023), empresas que não têm um planejamento estruturado têm uma taxa de mortalidade mais alta nos primeiros anos de atividade, pois enfrentam dificuldades ao lidar com imprevistos e oscilações do mercado. Um planejamento eficaz ajuda a identificar os riscos, alocar recursos de forma eficiente e preparar-se para cenários adversos.

A falta de capital de giro é outro desafio comum. Sem recursos suficientes, o empresário pode não conseguir cobrir despesas essenciais, como aluguel, salários e reposição de estoque. Além disso, o acesso a crédito é um obstáculo frequente, especialmente para novos empreendedores que ainda não possuem histórico financeiro robusto. Segundo o Banco Central (2022), pequenos empreendedores enfrentam taxas de juros mais altas e processos de concessão de crédito mais rigorosos, o que pode dificultar o crescimento do negócio.

Empresas que não investem tempo para entender o mercado em que pretendem atuar tendem a ter mais dificuldade para se estabelecer. Compreender o comportamento do consumidor, as tendências e as práticas dos concorrentes é essencial para posicionar a empresa de forma competitiva. Kotler (2021) destaca que o estudo de mercado é crucial para identificar lacunas e oportunidades que podem ser exploradas. Além disso, um bom conhecimento do mercado permite que o empreendedor adapte seu produto ou serviço de acordo com as necessidades reais dos clientes, aumentando as chances de sucesso.

Outro ponto relevante são as questões burocráticas e legais envolvidas na abertura de um negócio. No Brasil, o processo de formalização de uma empresa pode ser demorado e custoso. O excesso de regulamentações, licenças e tributos são frequentemente citados como barreiras para o empreendedorismo. De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2023), a carga tributária e a burocracia são apontadas como um dos principais entraves para o crescimento de pequenos e médios negócios.

Os desafios para a abertura de um negócio são múltiplos, variando desde a necessidade de um planejamento adequado até a superação de barreiras burocráticas e financeiras. Para aumentar as chances de sucesso, é fundamental que o empreendedor esteja bem preparado, buscando capacitação contínua e informações sobre o setor em que pretende atuar. Somente assim será possível enfrentar os desafios iniciais e garantir a sustentabilidade do negócio a longo prazo.

### **2.2.2 O Plano De Negócios E O Empreendedorismo**

O plano de negócios é uma ferramenta essencial para quem deseja empreender, pois oferece uma visão clara e estruturada sobre o empreendimento a ser desenvolvido. Ele consiste em um documento que detalha o conceito do negócio, seus objetivos, estratégias de mercado, estrutura organizacional, e análise financeira. Ao elaborar um plano de negócios, o empreendedor consegue visualizar melhor os riscos e oportunidades envolvidos, além de

umentar as chances de sucesso ao atrair investidores e guiar suas ações conforme um planejamento pré-definido.

No empreendedorismo, o plano de negócios assume um papel central ao fornecer uma base sólida para a tomada de decisões e para a criação de valor no mercado. Empreender envolve riscos e incertezas, e a falta de planejamento pode resultar em falhas que poderiam ser evitadas com uma análise prévia e criteriosa. De acordo com Dornelas (2018), o empreendedor precisa ser proativo, inovador e resiliente, características que são fundamentais para transformar uma ideia em um negócio lucrativo e sustentável. O plano de negócios, nesse contexto, serve como uma espécie de “mapa” que guia o empreendedor ao longo da jornada.

Uma das etapas mais importantes do plano de negócios é a análise de mercado, que permite ao empreendedor compreender quem são seus concorrentes, quais são as necessidades dos consumidores e como ele pode se posicionar de maneira competitiva. Conforme Hisrich, Peters e Shepherd (2014), entender o ambiente de mercado é crucial para que o empreendedor saiba adaptar-se às mudanças e encontrar nichos inexplorados.

Além disso, o plano financeiro é outro ponto crítico. Nele, o empreendedor projeta o investimento inicial, o fluxo de caixa esperado, os custos fixos e variáveis, além das possíveis fontes de financiamento. Segundo Dornelas (2018), a falta de planejamento financeiro é uma das principais causas de falência precoce de startups e novos negócios.

Por fim, é importante destacar que o plano de negócios é um documento dinâmico e que deve ser revisado regularmente para ajustar as metas e estratégias conforme o negócio evolui e o mercado muda. A capacidade de adaptação é fundamental para o sucesso a longo prazo do empreendedor.

#### 2.2.2.1 Componentes essenciais a um plano de negócios

Um plano de negócios é um documento fundamental para o sucesso de qualquer empreendimento, servindo como um guia detalhado que descreve os objetivos da empresa, as estratégias para alcançá-los e as etapas necessárias para sua implementação. Para ser eficaz, um plano de negócios precisa conter certos componentes essenciais. A seguir, estão os principais elementos que devem ser considerados:

O resumo executivo é a primeira seção, mas deve ser escrito por último. Ele oferece uma visão geral do negócio, incluindo a missão da empresa, seus objetivos principais e uma

descrição dos produtos ou serviços. Deve ser claro e conciso, atraindo a atenção dos potenciais investidores ou parceiros. Um bom resumo executivo é uma versão condensada do plano de negócios e é crucial para despertar interesse (DORNELAS, 2018).

Nesta seção, o empresário descreve detalhadamente o negócio, incluindo seu nome, localização, estrutura jurídica e a missão da empresa. Também é importante abordar o mercado-alvo e as necessidades que a empresa busca satisfazer. Além disso, é essencial incluir o diferencial competitivo da organização, ou seja, o que a torna única no mercado (HISCOX, 2019).

A análise de mercado é um componente fundamental, pois demonstra o conhecimento profundo do setor em que a empresa opera. Inclui uma análise do mercado-alvo, a segmentação de clientes e uma avaliação da concorrência. A análise também aborda as tendências de mercado, o comportamento do consumidor e as oportunidades de crescimento. Com base nesses dados, o empreendedor pode tomar decisões estratégicas e delinear sua posição no mercado (KOTLER; ARMSTRONG, 2017).

Essa seção detalha as estratégias de marketing e vendas que a empresa usará para alcançar seus clientes. Inclui táticas de promoção, precificação, distribuição e estratégias de comunicação. É importante que o plano de marketing seja baseado em dados de mercado e nas preferências do público-alvo, garantindo que os produtos ou serviços da empresa sejam promovidos de forma eficaz. A estratégia de vendas define como a empresa converterá os leads em clientes (MCCARTHY, 1960).

O plano operacional descreve como a empresa funcionará no dia a dia. Ele abrange a cadeia de suprimentos, o processo de produção, as necessidades de equipamentos, e a gestão de inventário. A eficiência operacional é essencial para garantir que o negócio atenda às demandas do cliente de forma consistente e com alta qualidade. Além disso, deve-se incluir a estrutura organizacional e a alocação de responsabilidades dentro da equipe (RICHARDSON, 2019).

A saúde financeira de um negócio é um dos pontos mais analisados por investidores. O plano financeiro inclui projeções de receita, despesas, fluxo de caixa e necessidades de financiamento. Ele também deve conter o balanço patrimonial e a demonstração de resultados. Projeções financeiras realistas ajudam a garantir que a empresa tenha os recursos necessários para crescer de maneira sustentável. Investidores e parceiros de negócios geralmente examinam cuidadosamente essa seção para avaliar a viabilidade e o retorno do investimento (ROBBINS; COULTER, 2018).

Todo plano de negócios deve incluir uma análise de riscos, identificando potenciais desafios e estratégias para mitigá-los. A análise de riscos deve considerar fatores externos, como a situação econômica, mudanças na legislação ou a entrada de novos concorrentes, bem como fatores internos, como falhas operacionais ou a dependência de poucos fornecedores (PINSON, 2020).

O plano de negócios pode incluir apêndices com informações adicionais, como currículos dos principais executivos, detalhes sobre as patentes ou licenças, ou pesquisas de mercado mais detalhadas. Esses documentos complementares fornecem suporte às informações apresentadas nas seções principais do plano.

Um plano de negócios bem estruturado é essencial para o sucesso de uma empresa. Ele não apenas orienta os empreendedores em suas decisões, mas também demonstra aos investidores e parceiros que a empresa tem um caminho claro para atingir seus objetivos. A criação de um plano que inclua todos os componentes essenciais descritos acima aumenta as chances de sucesso e de obtenção de recursos financeiros.

#### 2.2.2.2 Etapas para o desenvolvimento de um plano de negócios

O desenvolvimento de um plano de negócios é fundamental para orientar o empreendedor em todas as fases do seu empreendimento. Ele funciona como um roteiro, identificando os objetivos do negócio e as estratégias para alcançá-los. Aqui estão as etapas mais importantes para a criação de um plano de negócios, adaptado a partir de fontes confiáveis.

O sumário executivo é a primeira parte do plano de negócios, mas deve ser escrito por último, pois resume os principais pontos do documento. Ele deve conter uma visão geral do negócio, incluindo sua missão, produtos ou serviços oferecidos, público-alvo, e diferenciais competitivos. Segundo Dornelas (2018), é crucial que essa seção seja clara e objetiva para captar o interesse de investidores e parceiros.

A análise de mercado visa entender o ambiente externo, o público-alvo e a concorrência. É necessário realizar uma pesquisa de mercado detalhada, com dados demográficos, comportamentais e de consumo dos potenciais clientes. Além disso, é importante observar as tendências do setor e os principais concorrentes. De acordo com Sebrae (2020), esse estudo ajuda a identificar oportunidades e ameaças que podem impactar o negócio.

O plano de marketing define as estratégias para a promoção e venda dos produtos ou serviços. Ele inclui a análise do mix de marketing, que abrange produto, preço, praça (distribuição) e promoção. Também é importante identificar os canais de venda, estratégias de publicidade e metas de vendas. Kotler e Keller (2012) afirmam que o marketing eficaz é essencial para o sucesso de qualquer empreendimento.

Nessa etapa, são detalhadas as atividades diárias e a estrutura operacional do negócio. O plano operacional deve descrever os processos de produção, fornecedores, logística e a localização do empreendimento. A capacidade de operação, bem como a descrição das equipes e a estrutura organizacional, é fundamental. Segundo Chiavenato (2014), essa etapa define como o negócio vai funcionar na prática e garante o fluxo operacional

O plano financeiro é uma das partes mais importantes do plano de negócios, pois aborda a viabilidade financeira do empreendimento. Ele inclui projeções de receitas, despesas, fluxo de caixa, ponto de equilíbrio e investimentos necessários. O Sebrae (2020) recomenda que o empreendedor faça cenários otimistas, pessimistas e realistas para se preparar para diferentes situações financeiras. Além disso, o planejamento financeiro é essencial para atrair investidores e obter crédito.

A análise SWOT identifica as forças, fraquezas, oportunidades e ameaças do negócio. As forças e fraquezas são internas e controláveis, enquanto as oportunidades e ameaças são externas e influenciadas por fatores como economia, mercado e legislação. Robbins e Coulter (2018) destacam que essa ferramenta ajuda os empreendedores a entender melhor a posição competitiva do negócio e a criar estratégias para maximizar oportunidades e minimizar riscos.

Todo empreendimento está sujeito a riscos. Portanto, o plano de negócios deve incluir uma seção de avaliação de riscos, identificando os principais desafios que o negócio pode enfrentar, como mudanças econômicas, regulamentações ou inovações tecnológicas. A partir da identificação desses riscos, o empreendedor deve criar estratégias de mitigação. Segundo Damodaran (2012), essa etapa é crucial para antecipar problemas e proteger o negócio.

A última etapa do plano de negócios é o cronograma de implementação, que detalha o tempo necessário para a execução de cada fase do negócio. O cronograma inclui prazos para desenvolvimento de produto, campanhas de marketing, contratação de equipe e outras atividades relevantes. O planejamento adequado do tempo evita atrasos e permite que o negócio atinja seus objetivos de forma eficiente (Dornelas, 2018).

### 2.2.3 Modelos De Negócios E O Desenvolvimento Do Plano De Negócios

Um modelo de negócios descreve como uma organização cria, entrega e captura valor no mercado. Ele serve como uma ferramenta estratégica que define os componentes essenciais de um negócio, como sua proposta de valor, segmentos de clientes, canais de distribuição, fontes de receita e estrutura de custos. Um dos modelos mais conhecidos é o Canvas de Modelo de Negócios, proposto por Alexander Osterwalder, que estrutura essas variáveis em blocos visuais inter-relacionados, facilitando o planejamento e a comunicação dos elementos estratégicos.

Os modelos de negócios podem variar amplamente dependendo do setor ou do tipo de empreendimento. Por exemplo, uma startup de tecnologia pode adotar um modelo freemium, onde oferece um serviço básico gratuito, cobrando por funcionalidades premium. Já uma empresa de manufatura pode utilizar um modelo baseado em produção e distribuição direta.

Além disso, os avanços tecnológicos e as mudanças de comportamento do consumidor impulsionaram novos tipos de modelos de negócios. O comércio eletrônico e os modelos de assinatura têm se tornado populares, permitindo às empresas explorar mercados globais e criar fluxos de receita recorrente. Esses modelos são dinâmicos e podem exigir adaptações rápidas para garantir a competitividade no mercado em constante evolução.

O plano de negócios é um documento que descreve detalhadamente os objetivos da empresa, as estratégias que serão adotadas para alcançá-los e as projeções financeiras. É uma ferramenta fundamental tanto para empreendedores quanto para investidores, servindo como um guia para a execução e crescimento do negócio. Um plano de negócios eficaz deve conter: Sumário Executivo: Visão geral do plano, destacando os pontos principais, como missão, visão, produtos ou serviços, e um resumo financeiro. Descrição da Empresa: Explica o que a empresa faz, seus diferenciais competitivos, o mercado-alvo e sua proposta de valor. Análise de Mercado: Inclui uma avaliação detalhada do setor, da concorrência, do perfil do consumidor e das tendências de mercado. Plano de Marketing e Vendas: Descreve as estratégias para alcançar e engajar clientes, os canais de distribuição e a estrutura de preços. Plano Operacional: Define as operações diárias, logística, cadeia de suprimentos e outros aspectos relacionados à produção e entrega. Plano Financeiro: Fornece projeções financeiras, incluindo demonstrativos de resultados, fluxo de caixa e balanço patrimonial.

**Análise de Riscos:** Identifica potenciais riscos e estratégias de mitigação para assegurar a viabilidade do negócio.

Desenvolver um plano de negócios robusto exige pesquisa, planejamento detalhado e compreensão das nuances do mercado. Ele serve não apenas como um guia para os fundadores, mas também como um instrumento valioso para atrair investimentos e parceiros estratégicos.

### **3 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A pesquisa apresenta uma visão geral abrangente da criação de um plano de negócios, direcionado principalmente a empreendedores iniciantes, aprofunda a importância de um plano de negócios, seus componentes e os benefícios que ele oferece. O texto também discute o contexto histórico do empreendedorismo e diversas estruturas teóricas relacionadas ao tema.

Porém para concluir este trabalho é preciso observar com cuidado os seguintes itens: Recapitular os argumentos principais neste trabalho; Destacar os benefícios de um bom plano de negócios; Abordar os desafios do empreender; Observar e ficar sintonizado numa visão futura.

Portanto a criação de um plano de negócios é uma etapa indispensável para qualquer aspirante a empreendedor. Ao fornecer um roteiro para o sucesso, um plano bem elaborado permite aos empreendedores definir objetivos claros, entender seu mercado e tomar decisões informadas. Embora o processo possa parecer desafiador, especialmente para aqueles que estão iniciando no mundo dos negócios, este artigo buscou desmistificar a criação de um plano de negócios, dividindo-o em seus componentes essenciais e fornecendo orientação prática.

Conforme demonstrado ao longo deste artigo, um plano de negócios abrangente oferece inúmeros benefícios, incluindo maior probabilidade de obter financiamento, tomada de decisões aprimorada e uma compreensão mais clara do cenário competitivo. Seguindo as etapas descritas neste artigo, os empreendedores podem desenvolver um plano de negócios robusto que servirá como base para seu empreendimento.

Pesquisas futuras poderiam explorar o impacto de diferentes formatos de plano de negócios nas percepções dos investidores e nos resultados de financiamento. Além disso, investigar o papel da tecnologia no planejamento de negócios, como o uso de softwares de plano de negócios e inteligência artificial, poderia fornecer insights valiosos para empreendedores e pesquisadores.

Em resumo, o plano de negócios é uma ferramenta poderosa que pode capacitar os empreendedores a transformar suas ideias em empreendimentos de sucesso. Investindo o tempo

e esforço necessários para desenvolver um plano abrangente, os empreendedores podem aumentar suas chances de alcançar sucesso a longo prazo.

Este artigo pode instigar os leitores a pensarem sobre outros assuntos, como: O papel da tecnologia no planejamento de negócios; A importância de um plano de negócios para startups em diferentes setores; O impacto da globalização no planejamento de negócios; Os desafios enfrentados por mulheres e minorias empreendedoras na criação de planos de negócios.

## REFERÊNCIAS

- BERNARDINI, L. A. Manual de Empreendedorismo e Gestão. 1.Ed. São Paulo: Editora Atlas, 2008.
- CHUMPETER, J. A. (1934). The Theory of Economic Development. Harvard University Press.
- LANDSTRÖM, H. (2005). Pioneers in Entrepreneurship and Small Business Research. Springer.
- CASSON, M. (1982). The Entrepreneur: An Economic Theory. Martin Robertson.
- DORNELAS, J, C, A. (2014) Empreendedorismo: Transformando idéias em negócios. 5ed, Rio de Janeiro. Elsevier.
- DORNELAS, J. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. 5. Ed. Rio de Janeiro: Empreende/LTC, 2015.
- DRUCKER, P. F. (1985). Innovation and Entrepreneurship. Harper & Row.
- SCHUMPETER, J. A. The Theory of Economic Development. Cambridge: Harvard University Press, 1934.
- SAY, J. B. A Treatise on Political Economy. Philadelphia: Grigg & Elliot, 1803.
- MCCLELLAND, D. C. The Achieving Society. New York: Van Nostrand, 1961.
- GARTNER, W. B. "A Conceptual Framework for Describing the Phenomenon of New Venture Creation." Academy of Management Review, vol. 10, no. 4, 1985, pp. 696-706.
- BECKER, G. S. Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis, with Special Reference to Education. Chicago: University of Chicago Press, 1964.
- ALDRICH, H., & ZIMMER, C. "Entrepreneurship Through Social Networks." In Sexton, D. & Smilor, R. The Art and Science of Entrepreneurship, New York: Ballinger, 1986.
- KIRZNER, I. M. Competition and Entrepreneurship. Chicago: University of Chicago Press, 1973.
- SEBRAE. (2023). Planejamento empresarial. Disponível em: [www.sebrae.com.br](http://www.sebrae.com.br)

- BANCO CENTRAL DO BRASIL. (2022). Acesso ao crédito por micro e pequenas empresas. Relatório anual.
- KOTLER, P. (2021). Administração de Marketing. 16ª edição. Pearson.
- IBGE. (2023). Pesquisa sobre a dinâmica empresarial no Brasil. Disponível em: [www.ibge.gov.br](http://www.ibge.gov.br)
- DORNELAS, J. C. A. (2018). Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. Elsevier Brasil.
- HISRICH, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2014). Empreendedorismo. AMGH.
- DORNELAS, J. C. A. Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios. 6. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2018.
- HISCOX. Guide to writing a business plan. Hiscox.com, 2019.
- KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. Princípios de Marketing. 17. ed. São Paulo: Pearson, 2017.
- MCCARTHY, E. J. Basic Marketing: A Managerial Approach. 4. ed. Homewood, IL: Richard D. Irwin, 1960.
- RICHARDSON, B. Operations Management. London: Pearson Education, 2019.
- ROBBINS, S. P.; COULTER, M. Administração. 14. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2018.
- CHIAVENATO, I. (2014). Introdução à teoria geral da administração. São Paulo: Elsevier.
- DAMODARAN, A. (2012). Investment valuation: tools and techniques for determining the value of any asset. Wiley.
- DORNELAS, J. C. A. (2018). Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Elsevier.
- HASHIMOTO, M. (2006) Espírito empreendedor nas organizações: Aumentando a competitividade através do intra-empreendedorismos. 1. ed. São Paulo: Saraiva.
- KOTLER, P., & Keller, K. L. (2012). Administração de marketing. São Paulo: Pearson.
- ROBBINS, S. P., & Coulter, M. (2018). Administração: mudanças e perspectivas. São Paulo: Pearson.
- SEBRAE. (2020). Como elaborar um plano de negócios. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br>.
- PINSON, L. Anatomy of a Business Plan. 8. ed. Chicago: Out of Your Mind...and Into the Marketplace, 2020.
- PRODANOV, C. C., FREITAS E. C. (2013) Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. – 2. ed. – Novo Hamburgo: Feevale.

OSTERWALDER, Alexander; PIGNEUR, Yves. *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. Wiley, 2010.

DOLAN, Richard J. *Business Planning: A Guide to Business Start-Up*. McGraw-Hill, 2014.

SCARBOROUGH, Norman M.; CORNWELL, Thomas W. *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management*. Pearson, 2018.