

## HOBBUSINESS: Transformando diversão em dinheiro!

Willian Souza Siqueira<sup>1</sup>

Fábio Guilherme Ronzelli Murback<sup>2</sup>

Luciane Ghiraldello<sup>3</sup>

**RESUMO:** *Hobbusiness* é uma nova ideia, interpretável como uma oportunidade profissional, que tornar-se aproveitável por pessoas que praticam algum tipo de *hobby*, geralmente realizada como distração ou divertimento, conseqüentemente gerando fonte de recursos. Contudo, tal atividade deve possuir alguma disposição para o empreendedorismo, para que se desenvolvam novas oportunidades através da realização de atividades relacionadas a esse tipo de distração. Essa ideia pode ser definida como o “Empreendedor” que se utiliza dos *hobbies* para gerar bons negócios.

**PALAVRAS-CHAVE:** Empreendedorismo; Empreendedor; Hobby.

**ABSTRACT:** Hobbusiness is a new idea, interpretable as a career opportunity, which become usable by people who practice some sort of hobby, usually performed as a distraction or entertainment, thus generating source of funds. However, develop this activity presupposes a provision for entrepreneurship, to develop new opportunities by carrying out activities related to this type of distraction. This idea can be defined as the "Entrepreneur" which uses the hobbies to generate good business.

**KEYWORDS:** Entrepreneurship; entrepreneur; Hobby.

---

<sup>1</sup> Graduando, PUC Minas - Campus Poços de Caldas, curso de Administração, Av. Padre Francis Clétus Cox, 1661, Jardim Country Club, 37701-355, Poços de Caldas, MG, Brasil.

<sup>2</sup> Professor, Mestre em Engenharia de Produção, Docente da PUC Minas-Campus Poços de Caldas, Av. Padre Francis Clétus Cox, 1661, Jardim Country Club, 37701-355, Poços de Caldas, MG, Brasil, murback@pucpcaldas.br.

<sup>3</sup> Professora, Mestre em Educação, Docente da PUC Minas – *campus* Poços de Caldas, curso de Administração, Av. Padre Francis Cletus Cox, nº1661, Jardim Country Club, 37701-355, Poços de Caldas, MG, Brasil, luciane@pucpcaldas.br.

## 1 INTRODUÇÃO

A atividade empreendedora é uma prática humana muito antiga. Assim o processo de evolucionário do ideal empreendedor e conhecimento aplicado tem se fortalecido durante as épocas, pois os povos têm observado melhorias e oportunidades de crescimento sob diversos aspectos, encarando-as, propiciando maior ou menor possibilidade sucesso. Tal variação pode gerar empreendimentos de reconhecimento popular e lucratividade percebida, nos casos de sucesso, ou propiciar oportunidades de aprendizado e conhecimento mercadológicos, nos casos de insucesso. Desta forma, os derivativos do processo empreendedor, tanto positivos quanto negativos, têm influenciado no desenvolvimento humano e no surgimento de novos mercados, durante o passar das eras.

No entanto, o estudo do empreendedorismo é algo que por muitas vezes gera discussões e controvérsias entre os estudiosos da área sobre a existência de um campo conceitual próprio relacionado ao assunto, pois há a crença de que os motivos das iniciativas empreendedoras e outros assuntos pertinentes ao campo terão importância se forem estudados de forma aplicada e conceitual. Assim, é de extrema importância refletir tanto de forma aplicada como conceitual para propiciar uma estrutura de estudo e conhecimento mais útil para empreendedorismo. (SHANE; VENKATARAMAN, 2001).

O ideal empreendedor tem como foco as oportunidades de negócio, que podem ser identificadas em várias situações do cotidiano humano e mercadológico, que serão aproveitadas para a conquista do mercado e de um espaço no mundo dos negócios. (DORNELAS, 2007) Partindo de tal ideal, percebe-se atualmente, pessoas que aproveitam suas práticas esportivas, artesanais e atividades geralmente relacionadas com o lazer, ou seja, seus *hobbies*, como oportunidades de novos negócios. Muitas vezes em áreas inexistentes no mercado e sempre visando o sucesso, encarando os riscos decorrentes, o empreendedor que transforma seu *hobby* em negócio enfrenta todos os percalços de uma atividade empreendedora que nasce em áreas mais tradicionais.

O objetivo do artigo é identificar os processos de transformação de *hobbies* em negócios. Assim, discorre-se sobre o processo de formação de empreendimentos, o perfil dos empreendedores, empreendedorismo e o empreendedor, o que são os *hobbies* e fatores que influenciaram nas atuações dos empreendedores entrevistados.

Esta análise se justifica pela carência na academia dos estudos sobre oportunidades derivadas de *hobbies*, além da possibilidade de interpretar a transformação do *hobby* em negócio, como um segmento do empreendedorismo.

## 2 METODOLOGIA

Quanto aos procedimentos metodológicos, inicialmente foram examinados livros, artigos e conteúdos virtuais, referentes ao empreendedorismo, lazer e *hobby*. Como o assunto é carente de referencial teórico, artigos e entrevistas disponíveis em revistas e sites como EXAME.com e do especialista Mário Persona foram considerados. Foi adotado o método exploratório, método este indicado quando se estuda assuntos novos ou desprovidos de referencial específico.

As informações adquiridas junto aos empreendedores foram obtidas por entrevistas semiestruturadas, executadas de maneira informal, visando à disponibilidade do entrevistado em contar parte da sua história, sempre com foco na transformação de seu hobby em atividade profissional, na tentativa de propiciar um melhor entendimento dos fatos. Foram entrevistados quatro empreendedores que se enquadravam ao perfil de transformação em hobby em empreendimento. A atividade fim dos empreendimentos não são consideradas tradicionais, mas também para este setor, ainda inexplorado, não se pode elaborar muitas afirmações acertadas.

Uma vez que há falta de conteúdo teórico sobre o assunto a escolha da pesquisa por métodos qualitativos é o mais indicado. A pesquisa foi realizada em forma de conversa informal, no qual, os entrevistados contavam suas histórias de forma descontraída, relatando os fatos e processos que causaram a transformação dos *hobbies* em atividades lucrativas, mantendo ainda a característica informal, todo o questionamento ocorreu de modo desordenado, ou seja, não houve um roteiro específico, mas salienta-se que toda a entrevista possuiu embasamento e foco em seus questionamento, visando retirar dos entrevistados, informações sobre seus negócios, perfil empreendedor, fatores de sucesso e insucesso e informações que se identificassem com o intuito da pesquisa (SEVERINO, 2000; MARTINS, 2002).

## 3 O CONTEXTO DO EMPREENDEDORISMO

O empreendedorismo é uma atitude que se utiliza da inovação para renovar ou redefinir organizações, mercados, atividades e/ou setores industriais. Ainda nessa linha de definições, o empreendedorismo altera mercados, setores industriais, modelos de negócios e tecnologias, por meio da inovação radical e da mudança revolucionária (COVIN e MILES, 1999; SCHUMPETER, 1934). Diante do contexto exposto, Christensen (2000) cita uma transformação nas organizações, que se caracteriza

pelo desligamento de atividades principais, propiciando mudanças em suas clientelas, ou seja, proporcionando a troca de clientes atuais por clientes novos no futuro, readaptações e alterando suas cadeias de suprimentos, modificando valores que antes eram imutáveis, propiciando alterações no modo com que a empresa cria o valor para os consumidores.

Sucintamente, o empreendedorismo define-se pela ação de criar de empresas e novas oportunidades, assumindo os riscos de tais ações. O empreendedorismo tem sua origem na reflexão de pensadores econômicos do século XVIII e XIX, conhecidos defensores do liberalismo econômico (*laissez-faire*), defendendo que a ação da economia era refletida pelas forças livres do mercado e da concorrência. Assim, o tema, possui interpretações relacionadas a um engenho que direciona a inovação e promove o desenvolvimento econômico (SCHUMPETER, 1934).

Segundo Fillion (1993), o empreendedorismo é constituído por práticas capazes de gerar riqueza e um melhor desempenho àquelas sociedades, apoiadoras e praticantes, mas a inexistência de teoria absoluta sobre a atividade empreendedora prejudica formulações de conceitos e definições precisas.

No contexto do empreendedorismo, nota-se a presença de três características principais: inovação, tolerância aos riscos e foco em ações. Tais características são incorporadas por pessoas oportunistas, os empreendedores. Desta forma, Shane (2000) destaca que só há ocorrência de empreendedorismo se existir pessoas com o ideal empreendedor e oportunidades lucrativas para serem aproveitados, os chamados empreendedores. (COVIN E SLEVIN, 1989)

### 3.1 O empreendedor

O praticante da atividade de empreendedorismo é chamado de empreendedor, que são pessoas que têm a habilidade de ver e avaliar oportunidades de negócios; prover recursos necessários para pô-los em vantagens; e iniciar ação apropriada para assegurar o sucesso. São orientadas para a ação, altamente motivados; assumem riscos para atingirem seus objetivos. Segundo Drucker (1970), o empreendedor é aquele que aproveita as oportunidades para criar mudanças.

Como visto, a pessoa empreendedora é conhecida pela assunção dos riscos de inovar. Desta forma inicia e/ou opera um negócio visando concretizar uma ideia ou projeto pessoal assumindo os riscos e responsabilidades de tal ação, inovando continuamente. Tal definição envolve não apenas os fundadores de empresas, mas os membros da segunda ou terceira geração de empresas familiares e os gerentes-proprietários, que compram empresas já existentes de seus fundadores. Vale destacar que os

empreendedores não são simplesmente provedores de mercadorias ou de serviços, mas fontes de energia que assumem os riscos de uma economia em constante mudança, transformação e crescimento (CHIAVENATO, 2007; LONGENECKER, 1998).

### 3.2 Tipos de Empreendedores

Analisando as diversidades dos empreendedores, Smith (1967) sugeriu, de modo simples, que existem dois tipos de básicos empreendedores: o empreendedor artesão e o empreendedor oportunista. Explicando melhor a definição em:

- Empreendedor artesão: é a pessoa que gera um negócio através de suas habilidades, técnicas ou conhecimentos básicos em gestão de negócios. Suas técnicas são adquiridas através de treinamento, áreas mais complexas da gestão empresarial, deixam a desejar, pois não possui conhecimentos profundos sobre o assunto. Este tipo de empreendedor em geral é aquele mecânico que começa uma oficina, aquela manicure que monta um salão de beleza e outros pequenos empreendimentos.
- Empreendedor oportunista: é aquele que possui uma formação técnica e educacional mais elevada, no qual uma suplementa a outra. Este exemplo possui conhecimentos mais elevados de administração, economia, legislações e técnicas específicas, além de outros idiomas, simplificando, é uma pessoas que visa sempre se informar e aprender novas coisa.

Ainda neste contexto, em um lado está o artesão, que possui grande vontade e imaginação, além de conhecimento de seu produto. Do outro lado, permanece a pessoa com formação educacional técnica e com experiência, que utiliza todas as técnicas e processos para realizar uma abordagem mais qualificada da gestão de seu negócio. Analisando os dois estilos de empreendedores, podem-se identificar os extremos da abordagem gerencial e administrativa, pois há o exemplo da pessoa que busca os recursos técnicos e teóricos para se preparar melhor antes de empreender, e o exemplo da pessoa que utiliza apenas seus conhecimentos básicos e habilidades para empreender.

### 3.3 Fatores causadores de sucesso e insucesso dos empreendedores

Segundo Longenecker, Moore e Petty (1997) existem três observações que merecem destaque sobre o insucesso nos negócios. São eles:

1. Primeiramente, se pretende evitar o insucesso, é preciso lidar realisticamente com tal fator, e buscar ao máximo aprender sobre os fatores que afetam os negócios.
2. Segundo, avaliar as taxas de insucesso das pequenas empresas, relevando seu setor e porte, primeiramente, para depois avaliar os outros fatores que afligem tais tipos de empresa.
3. E terceiro, avaliar os custos do insucesso, se faz extremamente necessário, para que depois não haja desmotivações, efeitos psicológicos e financeiros indesejados.

Dados referenciados em Dornelas (2001) indicam que o índice de mortalidade de micro e pequenas empresas, no Brasil, correspondem a 70%. Gerando certo espanto nos empreendedores e nos micro e pequenos empresários, uma vez que estes se amedrontam com os efeitos e perspectivas derivadas do insucesso, sendo o maior deles a perda do capital investido.

Para garantir o sucesso, Timmons (1994) sugere seis requisitos importantes para os empreendedores bem-sucedidos. Segundo ele é preciso haver comprometimento e determinação, que conforme o passar do tempo se transformam em persistência, disciplina e dedicação; liderança é fundamental, relacionando ainda o gosto por aprender e facilidade em conduzir equipes; buscar sempre novas oportunidades, analisando o mercado constantemente; tolerar riscos e ser indiferente às incertezas, que derivem riscos calculados, é primordial e deve sempre ser avaliado com o custo-benefício das oportunidades; ser criativo e adaptável são outros pontos chaves, pois geram flexibilidade e permitem obter vantagens em ocasiões e situações inesperadas; por fim relacionar todos os atributos anteriores com uma motivação constante, se torna o diferencial para o alcance do sucesso.

Já Dornelas (2001) apresenta uma relação de características empreendedoras de sucesso, diferenciando os mesmos dos administradores comuns. Tais características estão relacionadas a indivíduos visionários, determinados, dinâmicos e dedicados, que gostam de bom planejamento, tomadores de decisões e exploradores de oportunidades. Esses indivíduos ainda se destacam por serem otimistas, independentes, líderes, possuidores de um bom relacionamento interpessoal e dispostos a trabalhos em grupo possuem conhecimento, assumem riscos calculados e criam valor para a sociedade, além de sempre buscarem novos conhecimentos e tecnologias para o alcance do “seu sucesso”.

## 4 O HOBBY

Os *hobbies* são atividades, de conteúdo criativo que estão vinculados estritamente ao

---

# Gestão & Conhecimento

Revista do Curso de Administração / PUC Minas – campus Poços de Caldas / ISSN 1808-6594

---

Edição 2014, Artigo 08, Data submissão: 15/12/2014, Data publicação: 29/12/2014

[http://www.pucpcaldas.br/graduacao/administracao/revista/artigos/v2014/artigos\\_v2014.html](http://www.pucpcaldas.br/graduacao/administracao/revista/artigos/v2014/artigos_v2014.html)

---

passatempo favorito que cada pessoa tem, ou seja, é o passatempo exercido pelas mesmas, com finalidade de distrair-se e aliviar as tensões decorrentes de suas ocupações habituais (ANDRADE, 2001).

Como o *hobby* é interpretado como uma prática de lazer, desta forma destaca-se o lazer, segundo Dumazedier (1976), “como um conjunto de ocupações às quais o indivíduo pode entregar-se de livre vontade, seja para repousar, seja para divertir-se, recrear-se e entreter-se, ou ainda, para desenvolver sua informação ou formação desinteressada, sua participação social voluntária ou sua livre capacidade criadora após livrar-se ou desembaraçar-se das obrigações profissionais, familiares e sociais”. Uma vez que os *hobbies* possuem um teor de participação ativa do indivíduo que o pratica, ou seja, o praticante é emissor e receptor dos estímulos propiciados durante a prática, sendo caracterizado como um lazer do tipo ativo (MARCELLINO, 2002). Ressalta-se ainda que um passatempo não possa ser diretamente vinculado a jogos, pois os mesmo possuem regras e regulamentos, já os passatempos não possuem tal característica burocrática, mas os jogos ainda estão em inseridos no contexto do lazer.

Domenico De Masi (2000) diagnosticou que as pessoas podem sim utilizar suas horas de descanso e de ócio, como forma de estimular a criatividade, desenvolvendo atividades que possam transformar essas horas de ócio e inutilidade, em horas de estímulo mental, relacionando tal ócio com as praticas de lazer. Essa característica de ociosidade criativa pode ser assimilada ao entendimento do *hobby*, que é claramente um tempo ocioso que é ocupado por atividades criativas, visando distrair-se.

Com as barreiras e dificuldades criadas pelo mercado, muitas pessoas se veem sem recursos e possibilidades para obter boas perspectivas profissionais, então aproveitar oportunidades derivadas de *hobbies*, que possam se aproveitados como negócio, originam um caminho, tanto para as pessoas com poucas perspectivas quanto para qualquer indivíduo que possua o ideal empreendedor. Este fato é confirmado pelo consultor Mário Persona (2012), crente que os negócios mais apaixonantes surgiram de *hobbies*, cita ainda que atualmente, uma das áreas em que mais se encontram *hobbies* transformados em negócios, é a área da informática. Exemplificando este fato, o consultor destaca os criadores do site de You Tube, que eram funcionários de uma empresa do setor de Tecnologia da Informação, que durante seu tempo ocioso, gostavam de ficar compartilhando seus vídeos entre si e com os amigos, deste passatempo, se originou um negócio multimilionário, que é sucesso e referência no assunto internet.

Segundo Persona (2012), os *hobbies* que se transformam em negócio podem extrapolar a sua própria atividade, como em caso de surfistas que se profissionalizam e posteriormente fabricam seus próprios equipamentos visando constituir futuras grifes e marcas comerciais. Diante deste contexto ainda, o Blog Empreendendo (2012), cita algumas questões básicas que devem ser respondidas pelos

próprios empreendedores, antes de criar um negócio derivado de *hobbies*, sendo elas:

- Quem deseja aquilo que eu faço?
- Eles pagarão por isso?
- Eu estou no lugar e na época certa para oferecer isso?
- Eu quero transformar isso em um negócio em período integral?

Buscando um termo apropriado para o contexto da transformação do *hobby* em negócio, vislumbra-se o surgimento do *Hobbusiness*, que é derivado da junção das palavras, de origem inglesa, *hobby* e *business* (negócio em inglês), no entanto, para embasar tal termo, a seguir se destacará alguns exemplos que justificam a sua existência.

## 5 EM BUSCA DO HOBBUSINESS

Visando identificar os processos de transformação de *hobbies* em negócios e propiciar o entendimento desse processo de transformação, alguns exemplos de empreendedores serão entrevistados. Buscou-se dar visibilidade as informações que ajudem a determinar um perfil para estes empreendedores e o momento de decisão de profissionalizar seu *hobby*. Para criar visões diferenciadas, foram selecionados casos de sucesso e continuidade dos empreendimentos, além de casos de insucesso, dificuldades de continuidade ou até mesmo encerramento dos empreendimentos. Através desta diversificação dos casos, poderemos obter perspectivas diferentes.

Iniciaram-se as entrevistas com o fundador da “empresa A”, que por idealismo e amor pelo seu *hobby* desenvolveu uma nova profissão no mercado brasileiro: o “falcoeiro profissional”.

O sócio fundador dessa empresa, denominado por entrevistado “1”. Hoje com 36 anos, o entrevistado teve origem humilde e começou a trabalhar cedo, ainda na adolescência, durante a década de noventa, como *office boy* de uma empresa no sul do país, passando por vários empregos até ingressar como funcionário de uma empresa do setor de controle de pragas, nos anos 2000. Tendo em 2008, finalizado suas relações empregatícias com a empresa de controle de pragas, para assumir, de forma integral, seu próprio empreendimento, a empresa denominada “A”.

A prática de seu *hobby* teve início durante a adolescência do entrevistado, quando ele se apaixonou pelas aves de rapina e a prática de falcoaria, que descobriu assistindo programas de televisão e documentários educativos, que mostravam a prática de tal atividade. Pensando em praticar a falcoaria em solo brasileiro, em meados da década de 90, o entrevistado buscou conhecimento

---

# Gestão & Conhecimento

Revista do Curso de Administração / PUC Minas – campus Poços de Caldas / ISSN 1808-6594

---

Edição 2014, Artigo 08, Data submissão: 15/12/2014, Data publicação: 29/12/2014

[http://www.pucpcaldas.br/graduacao/administracao/revista/artigos/v2014/artigos\\_v2014.html](http://www.pucpcaldas.br/graduacao/administracao/revista/artigos/v2014/artigos_v2014.html)

---

informal e trocou várias correspondências com falcoeiros internacionais, advindos da Europa, México e Estados Unidos, visando esclarecer suas dúvidas. Após adquirir o conhecimento necessário para a prática da falcoaria, o entrevistado “1”, com intermédio de órgãos ambientais brasileiros, adquiriu sua primeira ave de rapina, em meados da década em questão, visando treinar tal ave com as técnicas falcoeiras.

Durante muito tempo, o entrevistado, pensou ser o único apaixonado pela arte da falcoaria no Brasil, pois estava alheio a presença de outros praticantes da atividade. Em 1996, por meio de uma reportagem de jornal, o entrevistado descobriu a existência de um falcoeiro argentino que trabalhava em uma empresa prestadora de serviços de falcoaria para os aeroportos argentinos, a partir deste momento ele começou a trocar informações com tal falcoeiro e em 1999, o entrevistado realizou o curso de controle de aves em aeroportos por meio da técnica da falcoaria, na Argentina, onde aperfeiçoou seus conhecimentos e técnicas. Ainda durante o curso descobriu que existia uma associação de falcoeiros no Brasil, ciente de sua falta de conhecimento sobre a existência de tal associação, até então, o entrevistado se filiou a Associação Brasileira de Falcoeiros e Preservação das Aves de Rapina, visando conhecer os demais falcoeiros brasileiros. Nesta mesma época, na virada do milênio, o entrevistado conheceu um biólogo que também tinha um forte interesse pelas aves de rapina, que posteriormente, se tornou mais que um colega de *hobby*, se tornou um sócio.

Com o passar dos anos, o entrevistado 1 percebeu que lhe faltava um embasamento mais teórico, de educação formal, para se profissionalizar e prestar serviços com técnica qualificada, levando-o a graduar-se em biologia e especializar-se em aves de rapina por uma universidade particular no sul do país, ajudando-o com um conhecimento mais específico sobre a natureza e biologia das aves, auxiliando na qualificação de sua técnica de falcoaria, adicionalmente, ampliando seus contatos com pessoas que praticavam o mesmo *hobby*, além de, conjuntamente com a Associação Brasileira de Falcoaria, trabalhar para regulamentar a arte da falcoaria perante o Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis.

Em 2007 a empresa A foi constituída visando utilizar a prática da falcoaria como meio de gerar rendimentos e, tendo como principal objetivo “ajudar a preservar o meio ambiente por meios próprios”. Fortalecendo a ideia de introduzir a falcoaria como ferramenta de trabalho, a empresa A investiu na aquisição de falcões, de propriedade da empresa, derivados de criadouros comerciais, que seriam usados como a principal ferramenta para a realização de serviços, controle e manejo de fauna. Tais investimentos foram realizados para que a equipe de falcões e falcoeiros da empresa pudesse, inicialmente, treinar os animais para, posteriormente, executar os comandos, dos falcoeiros, com

---

# Gestão & Conhecimento

Revista do Curso de Administração / PUC Minas – campus Poços de Caldas / ISSN 1808-6594

---

Edição 2014, Artigo 08, Data submissão: 15/12/2014, Data publicação: 29/12/2014

[http://www.pucpcaldas.br/graduacao/administracao/revista/artigos/v2014/artigos\\_v2014.html](http://www.pucpcaldas.br/graduacao/administracao/revista/artigos/v2014/artigos_v2014.html)

---

rapidez e precisão.

No ano 2009, após muitos esforços e várias expectativas, foi assinado um contrato inédito com a Empresa Brasileira de Infra-estrutura Aeroportuária, para realizar o controle ambiental de fauna aviária, em aeroportos, através da técnica da falcoaria. Assim, com este novo contrato, a empresa A pode contratar os melhores falcoeiros e ornitólogos do Brasil, possibilitando uma maior qualificação e a realização dos diferentes projetos desenvolvidos pela empresa, sendo alguns deles: controle populacional de fauna, manejo de fauna silvestre e exótica, reintrodução e reabilitação de aves de rapina e outros serviços relacionadas à consultoria e área ambiental. Atualmente a empresa presta serviços para o governo e algumas empresas de capital privado, além de propiciar trabalhos voluntariados e com o intuito à conscientização ambiental.

Mesmo com o grande esforço realizado pelo entrevistado e pela Associação dos Falcoeiros, a prática de falcoaria permanece limitada, com alguns preconceitos e entendimentos distorcidos sobre a prática. Segundo o entrevistado, o Brasil ainda precisa adquirir mais conhecimentos sobre os serviços diferenciados e as questões ambientais, pois nossa legislação e burocracia limitam as ações sustentáveis, com relação à fauna e flora nacional. Outro ponto negativo destacado pelo entrevistado é a dificuldade de se manter uma empresa de aberta, pois os encargos e tributos são muito altos, dificultando nos processos de aquisição de mão de obra e prestação de serviços.

Entrevistado 2, advindo de família de classe média-alta, que desde de sua adolescência, mas precisamente, desde os quatorze anos, é um apaixonado pela prática da falcoaria. No início ele apenas era um estudioso e entusiasta, mas quando alcançou sua maior idade, adquiriu sua primeira ave de rapina. Há mais de três anos ele pratica profissionalmente a falcoaria, mas no início do ano de 2012, encerrou sua empresa, pois os conflitos e desentendimentos entre ele e seu sócio, dificultaram a continuidade da empresa. Vale ressaltar ainda, para abrir a empresa, o entrevistado decidiu copiar as práticas já realizadas no continente europeu e norte-americano, e introduzir a ideia do controle de fauna, no estado de São Paulo. Salienta-se ainda, que o entrevistado não realizou nenhum tipo de planejamento estratégico ou plano de negócios, ferramentas estas que poderiam auxiliar no bom andamento da empresa. Atualmente o “entrevistado 2”, pratica a falcoaria apenas como *hobby esportivo*, e não vê, pelo menos no momento, a possibilidade de voltar a pratica profissional.

Atividades relacionadas à música, arte, esporte ou artesanato, são atividades que também servem de exemplos de *hobbusiness*. Com a profissionalização de tais atividades e a alta no mercado musical, esses *hobbies* evoluíram para profissões de sucesso e grande divulgação na mídia. Dentro deste conceito, está inserido o ramo musical e, assim, encontramos o caso do “entrevistado 3” e seu filho,

---

# Gestão & Conhecimento

Revista do Curso de Administração / PUC Minas – *campus* Poços de Caldas / ISSN 1808-6594

---

Edição 2014, Artigo 08, Data submissão: 15/12/2014, Data publicação: 29/12/2014

[http://www.pucpcaldas.br/graduacao/administracao/revista/artigos/v2014/artigos\\_v2014.html](http://www.pucpcaldas.br/graduacao/administracao/revista/artigos/v2014/artigos_v2014.html)

---

“entrevistado 4”.

O “entrevistado 3” é músico profissional há mais de 40 anos, mais conhecido por possuir uma banda e ser um dos fundadores de uma pequena orquestra, nos anos 70 e 80.

A história profissional do entrevistado iniciou durante sua juventude, nos anos 60, quando fez de aulas de música, mais especificamente piano saxofone violão e outros instrumentos.

Durante os anos suas habilidades e gosto pela música clássica orquestrada e jazz se apuraram, e o entrevistado 3, percebeu uma oportunidade para seguir na carreira musical. Entretanto, tinha percepção que de forma solitária não se realizaria, visto que não era cantor e sim instrumentista. Desta forma, seus primeiros passos, foram realizados através de uma banda, que montara com ajuda de amigos e participação na orquestra instrumental, que se formou na região.

Os anos se passaram, e o reconhecimento de seu trabalho se ampliou tanto no interior do estado de São Paulo, quanto em algumas cidades do sul de Minas Gerais, gerando algum sucesso. Entretanto, a evolução da música eletrônica e dos instrumentos musicais, o acirramento da competição entre os músicos e o interesse do mercado pela a música clássica diminuindo, dificultou a vida profissional do entrevistado e de sua banda.

Mais recentemente, as coisas se tornaram ainda piores, pois a maioria dos trabalhos se limita a pequenos clubes de velha guarda ou jantares dançantes, com poucas ofertas de trabalho. Ressalta-se que a dificuldade se instaurou, também, porque o entrevistado não buscou evoluir e/ou modernizar seus interesses e características musicais, ou seja, não buscou adaptar-se aos novos gostos musicais e manter-se no mercado.

Segundo o entrevistado 3, não houve uma atualização musical, devido ao seu desinteresse nos novos ritmos, que tem feito sucesso no mercado musical atual, mas salienta, que uma reformulação e um readaptação pessoal tem acontecido, mesmo que tardia. O entrevistado afirma que está se adaptando aos novos estilos musicais e modernizando seus *shows*, com músicas relacionadas ao sertanejo universitário.

Em contrapartida, temos o caso do entrevistado 4 que mostrou uma nova perspectiva, adaptando “seu som” as músicas dos anos 70 e 80 e se reeditando como no formato de um DJ moderno.

O entrevistado 4 sempre foi um grande apaixonado pela música, mas não seguiu carreira musical. Como sempre gostou de ler, o entrevistado, seguiu carreira de jornalista e atualmente é assessor de imprensa em uma empresa no interior de São Paulo. Com o passar dos anos um *hobby* foi se fortalecendo: o de colecionador de discos de vinil.

Certo dia, em uma festa de amigos, um de seus colegas levou um aparelho de mixagem e os

Edição 2014, Artigo 08, Data submissão: 15/12/2014, Data publicação: 29/12/2014

[http://www.pucpcaldas.br/graduacao/administracao/revista/artigos/v2014/artigos\\_v2014.html](http://www.pucpcaldas.br/graduacao/administracao/revista/artigos/v2014/artigos_v2014.html)

---

equipamentos de DJ. Conforme as músicas foram sendo tocadas, o entrevistado 4 foi identificando partes de músicas que possuía em discos de vinil, e ao compartilhar essa informação com o DJ da festa, que achou muito interessante seus comentários, lhe foi pedido para que em uma próxima oportunidade trouxesse seus discos e os colocasse para tocar em seus equipamentos. Assim se iniciou uma carreira alternativa, para o entrevistado, sendo um dos poucos DJ da cidade e região que realiza mixagens em discos de vinil.

Graças a seus conhecimentos musicais, discos e estímulo de seus amigos e colegas, o entrevistado começou a trabalhar como DJ em pequenas festas e clubes de alguns conhecidos ganhando reconhecimento social. Assim, junto com alguns conhecidos, o entrevistado montou uma discoteca, onde são realizadas festas com ênfase ao trabalho de DJ's, possibilitando a mostra de estilos, mas sendo o entrevistado um dos raros DJ que ainda utilizam discos de vinil, como base para suas listas e repertórios musicais, dando um diferencial ao seu trabalho.

## 5.1 ANÁLISE DE PESQUISA

Os *hobbies* são diferentes, entre as duplas de empreendedores: a falcoaria realizada pelos entrevistados 1 e 2 é um *hobby* derivado de uma prática esportiva, que foi adaptado para realizar o controle biológico de pombos e outras aves que possam causar transtornos ou riscos para vida humana. Esta situação configura um perfil típico do empreendedor tradicional, pois ambos os entrevistados superaram riscos e aproveitaram uma fatia de mercado que ainda não era considerado oportunidade. No caso do entrevistado 1, seu caminho foi um pouco árduo, pois teve de superar obstáculos financeiros e burocráticos, já que seu *hobby* não é uma prática muito acessível, uma vez que os equipamentos e as aves ainda possuem um valor elevado, o que dificulta e muito a prática, entre pessoas com menor poder aquisitivo. Em relação à burocracia, o entrevistado 1, realizou intervenções diretas com órgãos públicos e autarquias federais tentando viabilizar a entrada da falcoaria como principal ferramenta de controle aviário nos aeroportos brasileiros. Já o entrevistado 2 superou obstáculos mercadológicos, uma vez que sua empresa teve que se apresentar e demonstrar a real necessidade e eficácia dos seus serviços junto aos clientes e mercado.

Nota-se que obstáculos foram um dos elementos que os dois empreendedores tiveram que superar para obter sucesso. Em ambos os casos, o *hobby* foi destinado para foco da falcoaria profissional. Observa-se, também, que indiretamente, o entrevistado 1 influenciou de alguma maneira a inserção do entrevistado 2 nessa carreira, pois, de alguma forma as ações do primeiro entrevistado

---

# Gestão & Conhecimento

Revista do Curso de Administração / PUC Minas – *campus* Poços de Caldas / ISSN 1808-6594

---

Edição 2014, Artigo 08, Data submissão: 15/12/2014, Data publicação: 29/12/2014

[http://www.pucpcaldas.br/graduacao/administracao/revista/artigos/v2014/artigos\\_v2014.html](http://www.pucpcaldas.br/graduacao/administracao/revista/artigos/v2014/artigos_v2014.html)

---

proporcionaram maior facilidade e aceitação do mercado para a realização da falcoaria profissional e seus serviços.

O insucesso sempre acompanhou o entrevistado 1, pois além da barreira financeira, existia a barreira cultural e a falta de conhecimento de colegas de *hobbies* para a troca de experiências, mas foi possível a superação desses obstáculos com muito esforço, deixando de lado a principal característica do hobby, o lazer, e transformando a beleza de sua prática em aproveitar oportunidades e construir um negócio. Assim, nota-se que os fatores para sucesso foram sua autoconfiança, o desejo de vencer e uma característica essencial para os empreendedores: assumir e superar os riscos. Atualmente, o empreendedor 1 colhe os benefícios de sua superação com o crescimento de sua empresa e o reconhecimento nacional e governamental, fato que era inesperado no início de sua jornada.

Em busca da manutenção de sua empresa no mercado, o entrevistado 1 procurou conhecimento formal e realizou a graduação necessária para desempenhar os serviços com embasamento teórico e técnico. Ainda diante deste contexto, o entrevistado realizou treinamentos no exterior, visando qualidade e diferencial competitivo. Em razão desses conhecimentos técnicos e teóricos, o entrevistado alicerçou sua empresa como uma das referências nacionais no ramo da falcoaria profissional e manejo de avifauna.

Com o entrevistado 2 o sucesso ocorreu apenas após o fechamento dos primeiros contratos de serviço com grandes distribuidoras de produtos alimentícios, nos quais resultaram em ganhos e reconhecimento entre os praticantes de falcoaria. Para embasar os serviços prestados utilizou os seus conhecimentos sobre direito e administração, em conjunto com os conhecimentos biológicos de seu sócio. Posteriormente ele iniciou a graduação veterinária, procurando aprofundar seus conhecimentos sobre saúde e bem estar animal. Com alguns problemas ocasionados por conflitos internos em sua empresa e problemas de natureza pessoal, o caminho para o fechamento da empresa se mostrou o certo, pois além de perceber que seu hobby estava perdendo a beleza, as divergências e dificuldades internas fortaleceram a decisão de encerramento. Atualmente, o entrevistado 2 é apenas um praticante esportivo da falcoaria, ou seja, sua profissão retornou para forma de hobby. Talvez sua boa condição socioeconômica e o desejo de se tornar um especialista e magistrado em saúde e bem estar de aves de rapina possam ter fortalecido a decisão de encerrar seu empreendimento.

Com relação aos entrevistados do ramo musical, 3 e 4, nota-se que o entrevistado 3 possui ideal e interpretações musicais diferentes, em comparação com o entrevistado 4, que mesmo sendo seu filho, sua concepção musical é mais moderna e abrangente, o que se entende como um dos problemas enfrentados pelo seu pai, o entrevistado 3, que enfrenta dificuldades justamente por não se adaptar

---

# Gestão & Conhecimento

Revista do Curso de Administração / PUC Minas – campus Poços de Caldas / ISSN 1808-6594

---

Edição 2014, Artigo 08, Data submissão: 15/12/2014, Data publicação: 29/12/2014

[http://www.pucpcaldas.br/graduacao/administracao/revista/artigos/v2014/artigos\\_v2014.html](http://www.pucpcaldas.br/graduacao/administracao/revista/artigos/v2014/artigos_v2014.html)

---

com a realidade atual do mundo musical. Outra comparação é modo de formação de seus *hobbusiness*, pois indiretamente o entrevistado contribuiu para formação musical do entrevistado 4, pois seu pai sempre foi uma influência e lhe propiciou conhecimento e técnicas musicais que lhe auxiliam hoje em seu projeto como DJ.

O entrevistado 3 mostra intolerância com os ritmos musicais modernos e, segundo ele, as músicas perderam qualidade com o passar do tempo e com a introdução da tecnologia, ou seja, em virtude da modernidade as músicas se tornaram ruins. Tal concepção pode ser interpretada como superficial, que mostra traços de uma pessoa fechada, sem a possibilidade de adaptação; talvez esta dificuldade seja uma consequência de sua educação ou somente por uma questão de gosto, mas ressalta-se que o entrevistado reconhece as suas limitações e aparenta, mesmo que lentamente, buscar uma adaptação à modernidade.

No contexto do sucesso e insucesso, o entrevistado 3 reflete uma pessoa que lutou para se manter no mercado, que sempre primou pela qualidade musical de seus serviços e satisfação dos clientes e apreciadores. Sua carreira poderia ter resultando em insucesso se não fosse o esforço pessoal, pois sua origem interiorana, de cidades com poucas perspectivas e mercado pouco acessível nos anos 70 e 80, seria um dos fatores que propiciariam o fim prematuro de sua empresa.

O entrevistado 4 pode ser considerado como um “empreendedor ocasional”, pois ele só realizou a transição do *hobby* para o *business* após incentivos e motivações de terceiros, que influenciaram em sua nova ocupação. Sua principal ferramenta para o sucesso foi o seu conhecimento musical e uma característica diferenciada de executar o seu serviço, utilizando a simplicidade e tradição como meios de conquistar o público. Vale evidenciar que o *networking* no ramo musical e sua vida social propiciaram a sua inserção no mercado e aceitação do público.

No momento, não se nota fatores que possam ocasionar o insucesso, no entanto, a profissão primária e até mesmo a falta de interesse do entrevistado 4, podem se tornar uma causa para o fim de sua carreira musical.

Em suma, as histórias dos entrevistados mostram que os *hobbies* podem gerar empreendimentos e atividades lucrativas, possibilitando novas alternativas de mercado e gerando novas oportunidades para os empreendedores. Salienta-se ainda, que o momento de transformação dos entrevistados possuem diferenças entre os mesmos, no caso do entrevistado 1 e 2, os seus *hobbies* só virarão empreendimentos por causa de atividades similares que eram realizadas na Europa e Estados Unidos, o entrevistado 1 foi um dos pioneiros da prática da falcoaria no país, desta forma foi o primeiro a adaptar as técnicas de controle de fauna utilizando falcões, que eram realizadas em outros países, mas

Edição 2014, Artigo 08, Data submissão: 15/12/2014, Data publicação: 29/12/2014

[http://www.pucpcaldas.br/graduacao/administracao/revista/artigos/v2014/artigos\\_v2014.html](http://www.pucpcaldas.br/graduacao/administracao/revista/artigos/v2014/artigos_v2014.html)

---

antes de iniciar esta atividade, ele verificou que o mercado necessitava da atividade, pois tanto empresas de capital particular como de origem pública sofriam com a ocorrência de infestações grande populações de aves, e para combater tais infestações e fornecer um serviço diferenciado, o entrevistado 1 resolveu transforma seu *hobby* em negócio. Partilhando desse interesse de fornecer o serviço de controle de fauna utilizando a falcoaria, temos o caso do entrevistado 2, que ao verificar uma fatia de mercado, resolveu seguir os exemplos de falcoeiro que já executavam o serviço de controle de fauna em outros locais no país, como o caso do entrevistado 1, e adaptou seu *hobby* visando executar o serviço de controle de fauna para empresas particulares do estado de São Paulo. Para o entrevistado 2, o momento de transformação de *hobby* em negócio aconteceu no momento em que seu amigo, e futuramente sócio, verificando os exemplos de sucesso de falcoeiros que profissionalizaram o seu *hobby*, a falcoaria, propôs a criação de uma empresa prestadora, baseada na falcoaria. A partir dessa proposta, o entrevistado 2 realizou a adaptação de seu *hobby* em negócio.

Em relação ao entrevistado 3, a transformação ocorreu quando ele percebeu o crescimento da música popular brasileiro, graças aos festivais de música popular que estavam sendo realizados na década de 60. Assim, visando seguir seus ídolos musicais, o entrevistado 3, resolveu aproveitar suas habilidades como instrumentista e montou sua própria banda. Já o entrevistado 4, uniu seus conhecimentos musicais mais o seu *hobby* colecionador de vinil para seguir carreira como DJ, mas tal carreira só teve iniciou graças ao incentivo de amigos e colegas, que admiravam o conhecimento musical e o *hobby* do entrevistado. Assim, a transformação de *hobby* em negócio, por parte do entrevistado 4, só ocorreu por incentivo externo, sem o auxílio de análises de mercado ou aproveitamento de oportunidades, resultando em uma transformação ocasional, diferentemente dos caos dos outros entrevistados, aproveitaram oportunidades e espaços no mercado, para desenvolver seus empreendimentos.

Vale ressaltar ainda que, ao contrário de empreendedores comuns, os entrevistados não utilizaram o plano de negócios para constituir seus empreendimentos, nem ao menos possuem formações de gestor. Inexistência que podem prejudicar a longevidade da empresa e até mesmo limitar o desenvolvimento profissional e o crescimento dos empreendimentos.

## 6 CONCLUSÃO

Este trabalho discorreu sobre o *hobbusiness* e subtemas relacionados ao empreendedorismo e lazer, processos de formações de empreendedores, que auxiliaram no embasamento conceitual para

---

# Gestão & Conhecimento

---

Revista do Curso de Administração / PUC Minas – *campus* Poços de Caldas / ISSN 1808-6594

---

Edição 2014, Artigo 08, Data submissão: 15/12/2014, Data publicação: 29/12/2014

[http://www.pucpcaldas.br/graduacao/administracao/revista/artigos/v2014/artigos\\_v2014.html](http://www.pucpcaldas.br/graduacao/administracao/revista/artigos/v2014/artigos_v2014.html)

---

analisar a história de quatro empreendedores brasileiros que conseguiram adaptar alguns de seus *hobbies* em uma boa forma de gerar rendimentos. Alguns aspectos dos assuntos desenvolvidos na revisão conceitual destacaram-se pela maior consistência com os casos examinados. São eles: a importância do conhecimento tácito e explícito para a transição do *hobby* em *business*, a presença do ideal empreendedor e o perfil de pessoas que realizam tal atividade. Nos casos de dos entrevistados 1 e 2, nota-se a presença de características pertinentes ao empreendedor artesanal, pelo menos nos primeiros passos de seu empreendimento, pois apenas utilizavam os conhecimentos técnicos para realizar os serviços, posteriormente se tornaram oportunistas, pois se preparam com conhecimento formal, educacional, visando suplementar seus conhecimentos e atividades exercidas. Já os entrevistados 3 e 4 podem ser classificados como empreendedores artesanais, pois se utilizam apenas de seus conhecimentos musicais para exercerem suas atividades. É preciso mencionar também que a maioria dos entrevistados teve que superar barreiras de entrada no mercado. Nesse contexto, a superação das barreiras de suas atividades são os principais passos para o alcance do sucesso, destacando-se como o principal objetivo dos participantes.

Como finalização deste artigo, cabe o reconhecimento da transformação dos *hobbies* em negócio e indiretamente a presença do ideal inovador, pois cada entrevistado inovou de alguma forma em suas atividades, pois adaptaram seus hobbies visando lucro, satisfação e no caso do entrevistado 3, auto realização. Assim a motivação e o incentivo se tornam o principal combustível para esses tipos de empreendedores. Desta forma, constata-se que é realmente possível transformar *hobbies* em *business*, mesmo que essa transformação gere a perda parcial de características do lazer, mas salienta-se que o prazer pode acompanhar o trabalho, propiciando maior satisfação aos profissionais.

## REFERÊNCIAS

ANDRADE, José Vicente de. **Lazer: princípios, tipos e formas na vida e no trabalho**. Belo Horizonte: Autêntica, 2001.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor: empreendedorismo e viabilidade de novas empresas: um guia eficiente para iniciar e tocar seu próprio negócio / Idalberto Chiavenato**. - 2.ed. rev. e atualizada. - São Paulo: Saraiva, 2007.

CHRISTENSEN, C. **The innovator's dilemma**. 2.ed. New York: Harperbusiness, 2000.

COVIN, J.; MILES, M. **Corporate entrepreneurship and the pursuit of competitive advantage**. *Entrepreneurship Theory and Practice* 23(3), p. 47-63, 1999.

---

# Gestão & Conhecimento

---

Revista do Curso de Administração / PUC Minas – campus Poços de Caldas / ISSN 1808-6594

---

Edição 2014, Artigo 08, Data submissão: 15/12/2014, Data publicação: 29/12/2014

[http://www.pucpcaldas.br/graduacao/administracao/revista/artigos/v2014/artigos\\_v2014.html](http://www.pucpcaldas.br/graduacao/administracao/revista/artigos/v2014/artigos_v2014.html)

---

COVIN, J.; SLEVIN, D. **Strategic management of small firms in hostile and benign environments.** *Strategic Management Journal* 10, p. 75-87, jan. 1989.

DE MASI, Domênico; PALIERI, Maria Serena. **O ócio criativo: entrevista a Maria Serena Palieri.** 9. ed. Rio de Janeiro: Sextante, 2000.

DORNELAS, João Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2001.

\_\_\_\_\_. **Empreendedorismo na prática: mitos e verdades do empreendedor de sucesso.** Rio de Janeiro: Elsevier: Campus, 2007.

\_\_\_\_\_. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios.** 3. ed. rev. e atual. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

DRUCKER, Peter. **Entrepreneurship in Business Enterprise.** *Journal of Business Policy.* vol 1, 1970.

DUMAZEDIER, Joffre. **Lazer e cultura popular.** São Paulo: Perspectiva, 1976.

EMPREENDENDO, Blog: **Transformando um hobby em negócio próprio.** <<http://empreendendo.blog.br/2012/09/13/empreendendo-transformando-um-hobby-em-negocio-proprio/>>. Acesso em: 17 set 2012.

FILION, Louis Jacques. **O empreendedorismo como tema de estudos superiores.** In: **Empreendedorismo: ciência, técnica e arte.** Brasília. CNI/IEL, 2000. p. 13-42.

\_\_\_\_\_. **Visões e relações: elementos para um meta modelo empreendedor.** *RAE – Revista de Administração de Empresas.* São Paulo. V. 33, n. 6, p. 50-61. nov./dez. 1993.

LONGENECKER, J.; MOORE, C.; PETTY, W. **Small business management: an entrepreneurial emphasis.** Washington, D.C.: Thompson Publishing Inc., 1997.

MARCELLINO, Nelson Carvalho. **Lazer & empresa: múltiplos olhares.** 3. ed. Campinas (SP): Papirus, 2002.

MARTINS, Gilberto de Andrade. **Manual para Elaboração de Monografias e Dissertações.** 3ª ed. São Paulo: Atlas, 2002.

PERSONA, Mário. **Quando o hobby é negócio.** Disponível em: <[http://www.mariopersona.com.br/entrevista\\_jornal\\_atarde.html](http://www.mariopersona.com.br/entrevista_jornal_atarde.html)>. Acesso em: 08 jun. 2012.

SCHUMPETER, Joseph A. **The creative response in economic history.** *Journal of Economic History,* Nov.1947. p. 149-159.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do Trabalho Científico: diretrizes para o trabalho científico-didático na universidade.** 12 ed. São Paulo: Cortez, 2000.

---

# Gestão & Conhecimento

---

Revista do Curso de Administração / PUC Minas – campus Poços de Caldas / ISSN 1808-6594

---

Edição 2014, Artigo 08, Data submissão: 15/12/2014, Data publicação: 29/12/2014

[http://www.pucpcaldas.br/graduacao/administracao/revista/artigos/v2014/artigos\\_v2014.html](http://www.pucpcaldas.br/graduacao/administracao/revista/artigos/v2014/artigos_v2014.html)

---

SHANE, S.; VENTAKARAMAN, S. **The promise of entrepreneurship as a field of research.** *Academy of Management Review* 25(1) p. 217-226, 2000.

SMITH, Norman R. **The entrepreneur and his firm: the relationship between type of man and type of company.** East Lansing: Bureau of business and economic research, Michigan State University, 1967.

TIMMONS, J. A. **New venture creation.** Burr Ridge, Ill.: Richard D. Irwin, 1994.