Introdução: Com que então quer mudar o sistema alimentar!

1. Introdução
2. O que precisa de saber antes de iniciar um negócio agroalimentar
3. Por onde começar?
4. Criar um negócio sustentável

"O valor de uma ideia está no uso que dela se faz."
– Thomas A. Edison

Capítulo 1

Introdução

Se está a ler isto, está a começar ou iniciou recentemente um negócio alimentar, parabéns! É um tempo emocionante!

Iniciar um negócio é uma jornada repleta de desafios e de oportunidades e, embora encontre por aí muitos conselhos sobre startups, sentimos que havia uma lacuna no mercado. Assim, decidimos criar um manual para empreendedores e aspirantes a empresários no espaço agroalimentar no sentido mais amplo do termo, o que significa atividades em toda a cadeia de produção de alimentos. Pense nisto como um guia de iniciação enciclopédico adaptado ao setor alimentar. Um manual prático e uma coleção de ferramentas que o irão guiar na implementação de uma forte estratégia de negócios, fornecendo perguntas, modelos e recursos para aprender e incentivar o progresso.

O manual está dividido em 9 tópicos principais de iniciação, sendo cada capítulo preenchido com teorias sobre estes tópicos, casos de estudo e testemunhos/dicas de empreendedores. Estruturamos o manual de forma a permitir que o leitor o leia do princípio ao fim, mas também como secções independentes, onde o leitor pode entrar e sair. De facto, a jornada de uma startup nunca é simples e será preciso trabalhar na maioria dos elementos espalhados pelos diferentes capítulos simultaneamente. Pode saltar alguns capítulos por completo, se não forem relevantes ou se achar que são fáceis demais para si.

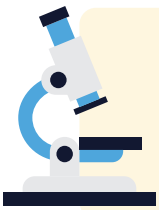
As orientações deste manual não são exaustivas, por isso, garantimos que cada capítulo termina com recursos adicionais, juntamente com um resumo das principais orientações (se você tiver pouco tempo ou for preguiçoso, poderá apenas ler essas) e algumas atividades nas quais possa trabalhar. Esperamos que ache tão interessante como nós achamos quando criamos este manual e que seja útil para a sua jornada.

O que precisa de saber antes de iniciar um negócio agroalimentar

Pensamos que a melhor forma de começar este guia passaria por perguntar aos empresários de alimentação o que eles gostariam ter sabido antes de se terem iniciado no negócio alimentar. Não há nada melhor do que a vivência direta para lhe dizer como realmente é!

Before starting an agrifood business, I wish I had known...

"Como administrar verdadeiramente um negócio! Eu queria resolver um problema e administrar um negócio foi o resultado. Eu não tinha ideia de como administrar um negócio, planeamento financeiro básico etc. No final, resume-se tudo à atitude certa, o que faz com que possa lidar com tudo. Ainda assim, teria sido conveniente se eu tivesse tido uma educação em negócios, soubesse algo sobre logística, como gerenciar finanças, etc."
– Chantal Engelen, cofundadora da Kromkommer.



"Que as pessoas são muito pessoais e alimentam emoções. E em relação à agricultura, note que está trabalhar com elementos biológicos, que são diferentes de outros processos, já que a biologia faz as suas próprias coisas."
– David Rosenberg, cofundador e CEO da Aerofarms

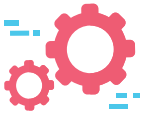
"Quanto tempo teria levado a montar tudo e quanto mais rápido seria se tivesse contratado especialistas mais cedo."
– Solveiga Pakštaitė, fundadora na Mimica Touch

"Que o retalho é um ambiente muitíssimo desafiador."
– Willem Sodderland, Fundador e Seaweirdo da Seamore

"O quão diferente é administrar o nosso próprio negócio ou outro negócio. Por mais stress que eu pensasse existir ao administrar outros negócios, a verdade é que havia uma rede de segurança. Quando está a gerir o seu próprio negócio , há um nível completamente diferente de stress e de dedicação. E eu pensava que não me podia desligar quando estava a gerir a minha própria empresa, mas a incapacidade de desligar quando a empresa é sua é completamente diferente. Tudo o que se passa consome e afeta sua vida pessoal. Desde os relacionamentos com os seus amigos à sua família. Dito isto, não quero parecer muito pessimista. Se o meu atua negócio atual caísse por terra, reconstruiria tudo de novo num piscar de olhos."
– Steven Dring, CEO e cofundador da Growing Underground

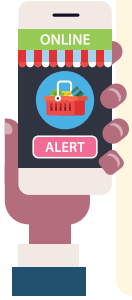
"O ambiente da regulação e da segurança alimentar. Não sabíamos nada disto. No início, recebemos conselhos de advogados que nos disseram que o modelo do vizinho mais próximo não se enquadrava no campo de uma necessidade de regulamentação e, por isso, não revimos. Acabamos por introduzir um novo modelo em que os voluntários recolhem comida de estabelecimentos e isto definitivamente precisa de ser regulamentado. É realmente difícil entender o sistema, quais são as verdadeiras regras reais e aquilo que é todo o ecossistema."
– Saasha Celestial-One, cofundadora da Olio

"Que a indústria alimentar é a indústria mais antiga do mundo — sempre tivemos a necessidade de comer. Por isso, será mais multifacetado do que os outros setores. É um negócio de alto volume e, geralmente, com uma margem baixa em comparação com outros. Portanto, é importante saber que o preço e a velocidade importam e projetar os produtos tendo isto em consideração... E o facto de existem muitos players no mercado com escala suficiente... como empreendedor, como é que vai superar estes desafios de escala?"
– Marc Zornes, fundador da Winnow Solutions



"Eu gostaria que tivéssemos tido alguém a trabalhar connosco que soubesse sobre regulamentação e legislação alimentar — é uma área tão negligenciada na indústria, mas é absolutamente vital para um negócio bem-sucedido."
– Kate Hofman, CEO e cofundadora da GrowUp Urban Farms

"Que o mundo do retalho é muito intrincado, complicado e em constante mudança! Não se resume a um aperto de mão e a fazer negócios, é uma fera muito maior."
– Jim Cregan, cofundador da Jimmy's Iced Coffee



"Acho que existem tantos tipos diferentes de negócios em alimentos – iniciar uma empresa de catering para empresas sociais versus um produto de visão computacional de alta tecnologia são dois mundos diferentes, e sinto-me feliz por ter tido a experiência de fazer as duas coisas. Antes de iniciar o ImpactVision, gostaria de ter sabido o quão desafiador é vender hardware para a indústria alimentar e quão pequenas são as margens de lucro para a maioria das empresas alimentares. Dito isto, eu não preferiria trabalhar em nenhum outro setor além que não o alimentar e especificamente na cadeia de produção, acho que estamos num ponto de digitalização significativa, o que é realmente empolgante."
– Abi Ramanan, CEO e cofundadora da ImpactVision

"Que, vindo de uma perspectiva alimentar e de biotecnologia, gostaria de ter apreciado o facto de as coisas acabarem sempre por demorar mais do que o esperado."
– Arturo Elizondo, CEO e cofundador da Clara Foods

"Comecei quando estava na faculdade, não sabia nada de nada... Sabíamos que tínhamos uma ótima ideia e concentramos-nos em lançar o produto e, felizmente, encontramos alguns pioneiras na adoção que perdoariam inconsistências no produto. Mas para quem quer começar e não fazer isto como um hobby – eu recomendaria concentrar-se em fazer o melhor produto de degustação, porque é isso que lhe dá a oportunidade de vir a fazer tudo... como, por exemplo, a sua missão."
– Dan Kurzrock, cofundador e Chief Grain Officer da Regrained

Conselho geral de iniciação antes de começar

Sobre amor: Administrar o seu próprio negócio não é uma tarefa fácil. A expectativa é a de que será muito mais difícil (e mais gratificante) do que jamais poderia ter imaginado, portanto, se está a trabalhar em algo de que gosta e se preocupa pense duas vezes antes de avançar. Em vez de procurar qualquer oportunidade de mercado antiga, tente resolver um problema que signifique algo para si. Se apenas estiver interessado na obtenção de possíveis ganhos financeiros, perderá energia e não se conseguirá aguentar perante todos os contratempos que irá certamente encontrar. No entanto, há duas coisas importantes a mencionar:

1. Quando está a gerir a sua própria startup, grande parte do seu tempo é gasta em tarefas como vendas, marketing, atendimento ao cliente, redes, desenvolvimento de estratégias, criação de logística e tarefas administrativas, como faturação e folhas de pagamentos. Portanto, mesmo que a sua empresa se dedique à resolução de um problema pelo qual é apaixonado, esteja preparado para gastar muito tempo com coisas que talvez não goste tanto. Como proprietário de uma empresa, você DEVE sentir-se à vontade para se poder sentir desconfortável e disposto a abraçar a incerteza.

2. É importante gostar daquilo que se faz, mas não se apaixone loucamente pela sua própria ideia. Você e a sua empresa estão melhor se aquilo que ama é o problema que está a tentar resolver e não a ideia. Obtenha feedback desde o início e repita a ideia. Ouça os seus clientes e o feedback – não leve as coisas para o lado pessoal e esteja disposto a aprender.

Dinheiro, dinheiro, dinheiro: O sucesso não aparece durante a noite e obter um rendimento constante a partir da sua startup levará o seu tempo. Ter fluxos de renda fixos vão poupá-lo de muitas noites sem dormir e de stress desnecessário.

Depois de calcular as despesas relacionadas com a sua ideia de negócio, prepare-se para duplicar, triplicar ou quadruplicar o número. É provável que venha a enfrentar custos inesperados; Assim sendo, é bom que esteja preparado financeira e mentalmente.

Além de fazer um orçamento para o seu negócio, tire tempo para fazer o seu orçamento pessoal. Sendo possível, é útil manter o seu emprego diário, trabalhar como freelancer/consultor ou conseguir um emprego a meio-termo antes de dar tudo de si ao novo negócio (isso pode ser complicado, principalmente para mulheres que tendem a suportar o peso da maternidade e da gestão do agregado familiar. Veja mais sobre isto abaixo).

Como proprietário de uma pequena empresa, é crucial entender a gestão dos fluxos de caixa. Veja para onde o seu dinheiro está a ir e garanta que pode justificar todas as despesas. O investidor Mark Cuban diz, *"nunca compre brindes. Para uma startup é um claro sinal de falhanço quando alguém me envia pólos bordados com o logótipo. Se o seu pessoal estiver em eventos e em público, não há problema em comprar para os seus próprios funcionários, mas se acha verdadeiramente que as pessoas vão usar o seu pólo quando estiverem fora de casa, está enganado e não tem ideia de como gastar o seu dinheiro."* Isto pode parecer um pouco duro mas serve como um bom lembrete para controlar o seu dinheiro e ser mais instruído em relação às suas despesas – terá muitas.

"Tudo se resolve,"
– Marie Forleo

Equilíbrio entre o trabalho e a vida pessoal: Pode ter várias prioridades para gerir, como responsabilidades de cuidar de crianças ou tarefas domésticas, o que dificulta a obtenção de dinheiro extra ou a disponibilidade de tempo suficiente para tudo aquilo que precisa de fazer quando inicia o seu próprio negócio. Se tem um parceiro (romântico), discuta como encontrar maneiras de fazer a relação funcionar durante os inevitáveis altos e baixos antes que eles aconteçam.

Tão importante como discutir dinheiro é ver como vai gerir o seu tempo como casal, ou família. Se é mulher, isto é extremamente importante:

- As mulheres têm cinco vezes mais probabilidade de passar 20 horas por semana — isto é metade de uma semana de trabalho comum! - nas tarefas domésticas do que os homens quando ambos trabalham a tempo inteiro.
- As mulheres são oito vezes mais propensas que os homens a cuidar de crianças doentes ou a gerir a agenda dos seus filhos.
- Dos 6,5 milhões de cuidadores não remunerados no Reino Unido, 58% são mulheres.

Estes fatores são não só custosos em termos de tempo, que poderiam ser utilizados a trabalhar para ganhar dinheiro ou com o seu negócio, mas também emocionalmente desgastantes. O valor destes serviços e como distribuí-los de forma justa deveriam fazer parte da discussão de qualquer casal (particularmente heterossexual) sobre como apoiar um novo negócio de uma maneira que garanta a maior possibilidade de sucesso em termos pessoais e profissionais. Existem várias formas de abordar isto, mas este artigo pode vir a ser-lhe útil como ponto de partida.

Se prestar cuidados não remunerados a um membro da sua família, como uma pessoa idosa ou alguém com deficiência, tente compartilhá-lo com outros membros da sua família (isto pode ser desafiante se houver uma expectativa que com isto consiga ajudar a cumprir) e investigue se há outros recursos disponíveis de outros lugares que também possam ajudar. Por exemplo, no Reino Unido, a instituição de caridade Carers UK dá conselhos e recursos, e outros países podem ter instituições semelhantes.

Se é mãe solteira, os desafios são potencialmente maiores — mas não subestime as habilidades que já desenvolveu ao gerir sozinha a educação dos seus filhos — a prática perfeita de multitasking! Tente pensar em formas de atrair a sua rede de apoio em momentos críticos para a aliviar das tarefas relativas à maternidade e qual o ponto da lucratividade que precisará de alcançar para justificar uma maior assistência infantil paga.

CASE STUDY:

O case study abaixo é do entrepreneur.com — confira este artigo sobre 10 mães solteiras inspiradoras e empreendedores.

Angela Benton é a fundadora e CEO do NewME. Desde o lançamento em 2011, o NewME ajudou a melhorar mais de 300 startups e ajudou-as a angariar mais de 17 milhões de dólares de financiamento em capital de risco. Mesmo tendo tido o seu primeiro filho aos 16 anos, Benton nunca diminuiu a sua intensidade e construiu o seu nome no mundo do design e da tecnologia, aparecendo no Power 150 da revista Ebony em 2010, nos 100 Most Intriguing Entrepreneurs de 2013 da Goldman Sachs e na 50 Women Who Rule de 2013 da Marie Claire.

O conselho dela: "Ser mãe solteira NÃO é um revés. A ideia de que os empresários "dão no duro," "matam-se a trabalhar," e qualquer outra expressão que se possa criar para descrever o trabalho verdadeiramente duro nos negócios a 100% do tempo foi instituída nas páginas de um qualquer livro de histórias. No mundo real, sabemos que isto não é verdade.

Não me interpretem mal, o empreendedorismo é uma tonelada de trabalho. No entanto, não deixe que a percepção deste estilo de vida o impeça de avançar antes de se aventurar. Ser mãe solteira traz consigo uma riqueza de habilidades que são úteis ao empreendedorismo como: multitasking, criatividade, gestão e/ou trabalho com um orçamento limitado e resolução de problemas, no mínimo. Eu não sei quanto a si, mas eu confiaria o meu dinheiro em alguém com estas habilidades, em vez de num recém licenciado."

Aventure-se: Se deseja gerir o seu próprio negócio de sucesso, esteja preparado para se expôr e superar o medo de falar em público. Participe em eventos, use as redes sociais e ofereça a sua ajuda a outras pessoas (pode parecer contraproducente, mas geralmente compensa e deixa uma impressão duradoura positiva).

Também pode considerar, por exemplo, criar um blog ou um canal de vídeos. Não importa a qualidade da sua ideia porque é provável que ela não se venda por si mesma, então faça por se dar a conhecer a si e à sua ideia.

Desenvolva as suas habilidades de comunicação e de falar em público, partilhe a sua ideia com outras pessoas e sinta-se à vontade a vender. Além disso, tente criar relacionamentos em vez de apenas perseguir transações.

Construir uma rede de simpatizantes também o ajudará a sustentar-se em momentos difíceis e dar-lhe-á a confiança necessária para continuar. Portanto, procure grupos de apoio ao empreendedor — seja na sua área local ou online, reunindo um nicho específico com o qual você se relacione. Isso é particularmente importante para os empresários que são mulheres e/ou com um histórico sub-representado (Minorias étnicas, LGBTQ, pessoas com deficiência ou qualquer outro grupo minoritário), pois esses grupos enfrentam desafios únicos.

Por onde começar?

Antes de começar, é útil ganhar o máximo conhecimento possível. Deve entender o que aí vem e entender alguns conceitos gerais sobre a arte dos negócios — algo que incluímos abaixo. Também enumeramos vários recursos adicionais no final deste capítulo. Além de ler muito, uma ótima maneira de começar é falar sobre a sua ideia/conceito com o maior número de pessoas possível. Muitos empreendedores sentem a necessidade de manter a sua ideia em segredo mas a maioria das pessoas não vai iniciar um negócio e há uma grande diferença entre ter uma ideia e executá-la. Os benefícios de conversar com pessoas — amigos, familiares, especialistas do setor, potenciais clientes, pessoas que você admira, investigadores — serão imensos: eles ajudam a expandir o seu pensamento e a desenvolver a sua rede de networking. Portanto, não seja tímido, procure pessoas e comece!

Conceitos de negócios para iniciantes

Uma empresa é composta por vários parâmetros e, como fundador (ou cofundador) de uma startup, precisa de estar envolvido ou, pelo menos, ter algum entendimento sobre todas elas:

Estratégia: refere-se à determinação de como a sua empresa alcançará os seus objetivos e a sua visão para os próximos anos. É essencial planear como fará as coisas.

Contabilidade: este é o processo de manter as contas financeiras e registar as transações do seu negócio, tal como o que entra (receita) e o que sai (despesas).

Financiamento: o processo de obtenção ou fornecimento de capital (ou seja, dinheiro) para financiar as atividades do negócio.

Vendas: a espinha dorsal de qualquer negócio. Sem vendas, não pode ter receita e obter lucro, o que significa que não pode sobreviver.

Marketing: o processo de promoção e venda de produtos e serviços. Isto inclui parâmetros como a publicidade, as relações públicas e as estratégias de preço.

Operações: refere-se a funções relacionadas com a forma de como os produtos são produzidos e serviços são prestados, tal como gerir sua cadeia de produção e de logística.

Recursos humanos: refere-se à gestão de pessoas, cuidar da sua equipa.

Retorno do investimento (ROI): refere-se a quanto benefício é obtido como resultado de um investimento. Isto normalmente refere-se a um retorno financeiro, embora se possa referir a retornos mais amplos (ambientais, sociais). Os investidores procurarão entender que tipo de retorno podem esperar se investirem no seu negócio.

Oferta e Procura: o mercado é composto pelo lado da oferta e pelo lado da procura. O lado da oferta consiste nos vendedores, pessoas ou empresas que vendem produtos e serviços, e o lado da procura refere-se a compradores, pessoas (consumidores) ou empresas que compram produtos e serviços. Como empreendedor, deve-se colocar do lado da oferta, pois é aquilo que vende que determinará o sucesso do seu negócio. É claro que também estará do lado da procura quando comprar produtos e serviços de terceiros na sua cadeia de valor.

Vantagem competitiva: é o que diferencia o seu produto, ou serviço, da restante concorrência. Pode estar relacionado com o preço (por exemplo: você destaca-se por ser mais barato do que os seus concorrentes) ou pode-se referir a um determinado atributo, ou condição, que significa que aquilo que você oferece é superior.

Vai sozinho ou tem um cofundador?

Se ainda não começou e não tem a certeza se deve fazê-lo sozinho ou com um(a) cofundador(es), considere os benefícios e as desvantagens de ambos os lados:

Sozinho:

- Probabilidade de menos custos iniciais (menos salários, menos pessoas para apoiar)
- Permite-lhe definir a sua visão sozinho e tomar todas as decisões
- Menos probabilidade de conflitos (realisticamente, nenhum enquanto estiver sozinho), MAS...
- Pode-se sentir muito solitário e carregar todas as responsabilidades é assustador
- Os investidores geralmente recusam-se a apoiar fundadores individuais e preferem equipas de apoio

Com um parceiro:

- É mais provável que tenha uma gama mais ampla de habilidades e experiências (o que só pode ser uma coisa boa)
- Menos probabilidade de seguir na direção errada, pois podem trocar ideias entre vocês e agir como consultores um do outro
- Pode partilhar o stress, os custos e a responsabilidade, MAS...
- Os conflitos podem acontecer e ter um cofundador é como estar num relacionamento (ou casamento) e exige muito trabalho
- Se um de vocês é mulher, pode contratar até 2,5 vezes mais mulheres do que uma equipa só de homens — para garantir uma empresa mais diversificada desde o início. Por que é que isto é importante? De acordo com um estudo da Pepperdine University, as empresas da Fortune 500 que apoiavam a igualdade de género no local de trabalho alcançaram receita e margens de lucro 34% superiores em comparação com a média da indústria.

As mulheres cofundadoras ainda são extremamente escassas no mundo das startups — assim como nos boards de grandes empresas — mas os tempos estão a mudar à medida que as pessoas percebem que colocar uma mulher a liderar é uma estratégia que supera "qualquer restrição de crescimento praticada durante todos estes anos.":

- As empresas privadas de tecnologia lideradas por mulheres são mais eficientes em termos de capital, obtendo um ROI 35% maior e, quando financiadas por capital de risco, uma receita 12% maior do que as iniciadas por homens, de acordo com a Kauffman Foundation (Fonte).
- As mulheres que fundaram empresas no portfólio da First Round Capital superaram as empresas fundadas por homens em 63% (Fonte).
- De acordo com uma sondagem encomendada pela McKinsey and Company, as empresas europeias com a maior proporção de mulheres a liderar viram valor das suas ações subir 64% em dois anos, em comparação com uma média de 47% (Fonte).

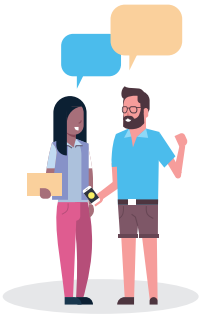
Vale a pena considerar alguns pontos quando quer contratar um parceiro:

- **Assumem o mesmo compromisso de fazer o negócio funcionar financeiramente e partilham do mesmo ponto de vista da sua evolução temporal?**
  Certifique-se de que ambos (ou todos, se houver mais do que dois) tenham expectativas semelhantes do compromisso que estão a trazer para cima da mesa.
- **Gostam um do outro?**
  Passará muito tempo com os seus cofundadores. Muito desse tempo estará numa situação stressante; portanto, deve encontrar pessoas cuja companhia você goste.
- **Têm habilidades complementares?**
  Duas cabeças são melhores do que uma. Avalie quais são as suas qualidades e veja como elas se complementam (ou não). Quando está a começar, precisa de ser um mestre de muitas profissões (contabilidade, desenvolvimento de negócios, marketing, compliance, recursos humanos, vendas, visão etc.), por isso faz sentido encontrar cofundadores que sejam melhores do que você, e mais entusiasmados, em relação a certas tarefas.
- **Por último, mas não menos importante, não se esqueça de discutir o que acontecerá se houver um conflito, como as decisões serão tomadas ou se um de vocês quiser sair.**
  É sempre melhor ter essas discussões difíceis quando se está em boas condições do que mais adiante, sob stress.

Visite redes de cofundadores como FoundersNation ou coFoundersLab que ajudam a encontrar cofundadores, mas também analisam a compatibilidade e fornecem dicas e conselhos sobre como tornar a sua equipa fundadora uma equipa de sucesso.

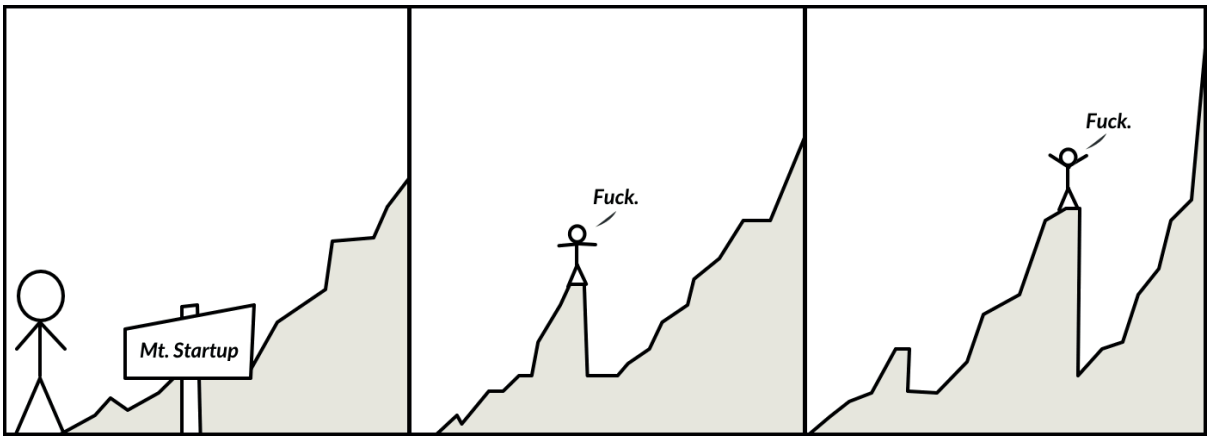
Testemunhos de empreendedores sobre a sua experiência com cofundadores

"Os meus fundadores desistiram a meio do caminho. É importante que pense sobre essa possibilidade quando começarem a trabalhar juntos. Se se separarem depois de algum tempo, haverá sempre discussões sobre dinheiro, etc. Eu vejo isso em todo o lado. Coloque as coisas no papel para evitar grandes discussões."
– Chantal, cofundador da Kromkommer



"Ter um cofundador é incrivelmente importante. Eu já o considero louco o suficiente para iniciar um negócio com um cofundador, ainda mais sem um. Uma das coisas mais importantes que se faz desde o início é descobrir aquilo que não sabe, que provavelmente é a maioria das coisas; assim sendo, encontre alguém que possa complementar o que traz para cima da mesa. Além disso, é mais divertido... você partilha o seu sucesso com outra pessoa e oferecem terapia um ao outro quando as coisas não estão a correr tão bem."
– Dan Kurzrock, cofundador e Chief Grain Officer da Regrained

Monte startup



(Fonte: https://john.onolan.org/vision/)

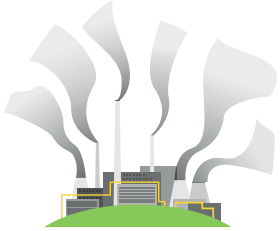
"Construir uma startup é como escalar uma montanha onde só consegue ver o que está à sua frente, mas não o que está para cima. (...) Todas as vezes em que pensa ter feito um bom progresso em direção ao sucesso, descobre uma ravina gigante porque percebe que metade das coisas nas quais passou todo o seu tempo e toda a sua energia a construir estavam erradas. Levou-o até onde está mas não o irá levar mais longe na montanha. Cada vez que pensa, "ok, agora percebo" alcança a próxima ravina. Bolas! Até certo ponto, isto é um presente. Se fosse capaz de olhar até ao pico da montanha e ver o quão alta a montanha é — provavelmente nunca a iria decidir escalar. Por outro lado, uma grande parte do sucesso da startup é a capacidade de olhar para cima o mais possível. Quando as pessoas falam sobre a "visão" do fundador — gosto de pensar nela como a capacidade de olhar para o pico da montanha. Para evitar o maior número possível de ravinas e permanecer num caminho que não o leva a um só pico isolado. Parece-me que o resto resume-se à quantidade de vezes em que é capaz de dizer "que se dane" — para depois continuar a fazer o seu caminho na mesma."
– (John O'Nolan)

Criar um negócio sustentável

Com este guia, estamos a tentar ajudá-lo a colocar a sua startup agroalimentar num caminho de sucesso, não só na perspetiva de negócio como também na de impacto. Para contribuir para um melhor sistema alimentar e construir um negócio verdadeiramente sustentável, é importante incorporar estes aspetos ao seu negócio desde o primeiro dia. Então, o que é que precisa de saber ao criar um negócio sustentável e porque é que isso é importante em primeiro lugar?

Porque é que deve criar um negócio sustentável?

Todos precisamos de comer, mas o nosso sistema alimentar atual está a colocar uma enorme pressão no planeta. De facto, o nosso sistema alimentar contribui com 19% a 29% das emissões globais antropogénicas de gases com efeito estufa (GEE) (Vermeulen, Campbell e Ingram, 2012). A produção alimentar consome uma quantidade considerável de recursos, tais como nutrientes, área terrestre, energia e água, por isso devemos garantir que estes recursos são utilizados para produzir produtos que ofereçam um valor real e melhorem a vida das pessoas, sem sobrecarregar desnecessariamente o planeta.



A agricultura contribui para as mudanças climáticas através das emissões de GEE e redução do armazenamento de carbono na vegetação e no solo. Localmente, a agricultura reduz a biodiversidade e afeta os habitats naturais por meio da conversão da terra, eutrofização, uso de pesticidas, irrigação e drenagem. Práticas agrícolas insustentáveis também podem levar a consequências ambientais diretas, como a erosão do solo e a perda de polinizadores (devido à aplicação excessiva de pesticidas). (Agência Europeia do Ambiente, 2012).

Considerando o impacto negativo da produção de alimentos no meio ambiente, é claro que precisamos não apenas de melhores práticas, mas também de uma apreciação real dos alimentos produzidos. Infelizmente, não parece ser o caso. A Organização para Agricultura e Alimentação (FAO) das Nações Unidas estimou que a cada ano, um terço de todos os alimentos produzidos no mundo são perdidos ou desperdiçados.

Um sistema alimentar sustentável também deve cuidar das pessoas que alimenta e das comunidades em que atua. A Revolução Verde das décadas de 50 e 60 produziu resultados incríveis, como a percentagem da população global subnutrida a cair de 33% em 1969 para 10–12% atualmente (Banco Mundial). Embora o valor ainda seja inaceitavelmente alto, demonstra a capacidade do nosso sistema alimentar global para abordar questões sociais fundamentais.

Hoje os desafios são diferentes. Segundo a Organização Mundial da Saúde, a obesidade mundial quase triplicou desde 1975. Em 2016, 39% dos adultos com 18 anos, ou mais, estavam acima do peso e 13% eram obesos. A obesidade está ligada a problemas cardiovasculares, diabetes e ao cancro. É uma epidemia crescente e pode ser evitada através de melhores dietas e estilos de vida. Embora a disponibilidade de calorias tenha deixado de ser um problema em muitas partes do mundo, a nutrição de qualidade continua a ser. Um crescente corpo de pesquisa sugere uma ligação entre alimentos altamente processados e resultados negativos para a saúde. A nossa exposição a altos níveis de açúcar, sal e gordura, em detrimento de nossa saúde coletiva, fazem parte do nosso dia-a-dia.

O impacto social do nosso sistema alimentar não se limita à nutrição. Há uma ampla gama de questões, como a baixa remuneração/trabalho forçado, aceitação da inovação (por exemplo: OGM) e muitas outras que também precisam de ser consideradas.

Não precisamos de mais empresas alimentares; precisamos de empresas alimentares mais sustentáveis.

Escolher as suas batalhas

Escolher as suas batalhas Embora um negócio sustentável implique uma abordagem holística em que os impactos ambientais e sociais sejam considerados em todos os aspectos do negócio, também vale sempre a pena escolher as suas batalhas. Na qualidade de startup, simplesmente não se pode resolver tudo de uma vez e vai ser preciso fazer compromissos. Depois de analisar os problemas relativos à sustentabilidade, muitas vezes vai descobrir que todo o sistema não está a funcionar corretamente e pode ficar tentado a arranjar tudo. Mas lembre-se que é apenas um jogador pequeno num jogo muito maior, portanto, concentre os seus esforços com cuidado.

A sua empresa não pode resolver todos os problemas desde o início. Tenha uma visão clara para onde quer ir do ponto de vista da sustentabilidade e trabalhe em direção a essa visão, alinhada com as suas capacidades de negócio. Fazer as coisas de maneira diferente (por exemplo, empregar pessoas de origens desfavorecidas, usar um novo tipo de embalagem ou processo de fabricação) exige muita paciência e coragem. Está a ir contra os processos de negócios incorporados e tradicionais, por isso faz sentido que, como startup com recursos limitados, não possa fazer tudo de uma só vez. Escolha a sua missão principal, venda-a e, à medida que crescer, desenvolva-a onde puder.

Também vale a pena notar que, depois de divulgar as suas pretensões de sustentabilidade, as pessoas tendem a examinar tudo aquilo que faz. A maioria estará a favor, mas haverá sempre quem queira criticar um ou outro ponto que ainda não incorporou. Isto é normal. Esteja preparado para estas ocasiões, sabendo a razão pela qual tomou certas decisões e onde está a tentar chegar.

Sobre a criação de um negócio liderado por uma missão

"O conselho que eu daria a aspirantes a empreendedores e motivados por uma missão não é apaixonar-se por uma missão específica importante no início, mas apaixonar-se pela ideia geral de construir um negócio para resolver uma missão importante. Assim como no resto dos negócios, nunca saberá de antemão o que as suas pesquisas significarão."
– Tom Simmons, fundador e CEO da Cambridge Glycoscience

O valor da sustentabilidade na criação da sua marca
Além de fazer a coisa certa, incorporar a sustentabilidade desde o início tem muitas vantagens no seu negócio:

- **Os consumidores preocupam-se:** um número incontável de estudos mostram que os consumidores querem escolher produtos com efeitos positivos para o meio ambiente e para a sociedade (pelo menos quando são questionados sobre isto). Um estudo global de consumidores da Unilever de 2017 encontrou uma oportunidade de mercado de mais de "1 bilião de dólares para marcas que comercializem de maneira eficaz e transparente a sustentabilidade dos seus produtos." (Fonte)

- **Os clientes comerciais preocupam-se:** a maioria das empresas tem metas de sustentabilidade a cumprir (de facto, a UE exige que as grandes empresas relatem o impacto social e ambiental de suas atividades), para que cada vez mais procurem trabalhar com fornecedores e parceiros que possam ajudá-los a cumprir essas metas. Esta é uma ótima oportunidade para startups.

- **Diferenciação positiva no mercado:** o impacto positivo fornece um ângulo de marketing que pode ajudá-lo a destacar-se da concorrência, especialmente das empresas já estabelecidas. Ao criar um impacto positivo, os media vão querer falar sobre o que faz e as comunidades ao seu redor vão-se interessar. A sustentabilidade também pode ajudá-lo a criar lealdade à medida que ajuda outras pessoas a contribuir com coisas importantes ou que consideram importantes.

- **Atrair uma equipa motivada e comprometida:** as pessoas gostam de trabalhar para negócios motivados por missões. Estudos recentes mostraram que a geração millennial quer empresas que lutam por mais do que apenas ganhar dinheiro e que isto é uma motivação essencial quando procuram trabalho. (Fonte)

- **É uma realidade do mercado:** por último, mas não menos importante, a crescente escassez de recursos significa que, se puder produzir de maneira mais eficiente, ficará menos vulnerável às forças do mercado que afetam as suas operações à medida que o mundo muda.

Se quiser seguir em frente para ler mais sobre o valor da sustentabilidade nos seus negócios, vá para o capítulo 7, onde falamos sobre medir e comunicar o seu impacto.

"O que mais me empolga no facto de ser empreendedor é o ser capaz de resolver um problema com as suas próprias mãos e fazer algo a respeito disso. Tive uma ideia que poderia beneficiar a sociedade e senti que era meu dever torná-la realidade."
– Solveiga Pakštaitė, cofundadora da Mimica Touch

Capítulo 1 Para Concluir

Principais conclusões

Se só se lembrar de algumas partes deste capítulo, esperamos que seja o seguinte:

- Ser empreendedor é mais difícil do que pensa e precisa de estar preparado para ser não apenas o visionário, mas também vendedor, chefe de finanças, marketeer, gestor de operações e o departamento de RH... No entanto, saiba que gerir o seu próprio negócio também é muito gratificante.

- Pense com cuidado se deseja iniciar a sua jornada de startup sozinho ou com um cofundador. Se decidir ter um parceiro de negócios — que tem muitos prós — escolha alguém que possua qualidades complementares, de quem goste e que esteja tão comprometido como você — e tenha as discussões difíceis (por exemplo, a outra pessoa que deseja desistir) logo no início. Além disso, tente criar um equilíbrio de género desde o início.

  Hora de parar e pensar: você e o seu cofundador estão igualmente comprometidos em fazer a startup funcionar? Gostam um do outro? Têm habilidades complementares? Como se constrói a diversidade?

- Criar um negócio sustentável e transformar o sistema alimentar é difícil, mas não se resume à necessidade de atender às gerações futuras. Também possui muitas vantagens para o negócio. Isto inclui, por exemplo, a diferenciação positiva num mercado saturado e a atração de funcionários motivados e comprometidos.

Hora de parar e pensar: qual é a sua missão principal? Está claro para si e para a sua equipa qual é o seu principal objetivo em termos de sustentabilidade e o raciocínio por detrás de certas decisões e possíveis compromissos? (Esclarecer esta questão ajuda a responder ao ceticismo e às perguntas que pode vir a enfrentar assim que mencionar a palavra sustentabilidade ou negócios sustentáveis.)

- É importante obter feedback e ouvir críticas construtivas, mas isso deve ser concreto e apontar aspetos específicos da ideia que deve ser mudada. Um desânimo geral para iniciar o seu próprio negócio não é algo que deva considerar sério.

Agora, vamos ser proativos!

1. **Fale sobre sua ideia/conceito com, pelo menos, 10 pessoas no próximo mês para expandir o seu pensamento e desenvolver a sua rede de networking.** Podem ser amigos, familiares, especialistas do setor, pessoas que você admire, investigadores, colegas atuais, potenciais clientes.. Amigos e familiares são ótimos, mas nem sempre são um público objetivo, portanto, encontre algumas pessoas das quais possa obter uma opinião honesta.

2. **Escolha as suas batalhas.** Não será capaz de resolver todo o sistema alimentar de uma só vez. Escolha a sua missão principal, defina onde deseja chegar, tendo como base a perspetiva de sustentabilidade, e tenha claro na sua cabeça e na cabeça da sua equipa a razão pela qual tomou determinadas decisões. Não faz mal colocá-las no papel.

Recursos adicionais

"Como iniciar uma startup" uma leitura interessante derivada de uma palestra em Harvard
http://www.paulgraham.com/start.html

O argumento de investir em — e ser uma — startup liderada por mulheres
https://www.forbes.com/sites/allysonkapin/2019/01/28/10-stats-that-build-the-case-for-investing-in-women-led-startups/#fc5ee3559d5f

Uma lista de cursos de negócios para empreendedores, se/quando você quiser explorar mais:
https://www.ryrob.com/online-business-courses/

A Rede Europeia de Empreendedores Estrangeiros oferece eventos e recursos online
http://emen-project.eu/

Uma lista de recursos úteis para mulheres empresárias
https://www.graphicsprings.com/blog/view/30-top-online-resources-for-female-entrepreneurs

Por que você precisa de uma cofundadora e diversidade de género na sua empresa:
https://yourstory.com/2016/05/need-for-woman-co-founder-startup

Embora não seja uma lista exaustiva, a partir da página 46, este relatório fornece algumas dicas úteis para uma variedade de fontes de apoio nos países europeus para estrangeiros e minorias étnicas.

Alguns livros para começar:

The 4-hour workweek
by Timothy Ferriss

Let my people go surfing
by Yvon Chouinard (Founder of Patagonia)

The power of unreasonable people and how social entrepreneurs create markets that change the world
by John Elkington and Pamela Hartigan

The Innovator's Dilemma
by Clayton M. Christensen

Thrive
by Arianna Huffington

Body and Soul: Profits With Principles
by Anita Roddick

The Confidence Code: The Science and Art of Self Assurance – What Women Should Know
by Katty Kay

Start something that matters
by Joan Salge Blake

Hooked
by Nir Eyal

Cradle to Cradle: Remaking the way we make things
by Michael Braungart