



Introducere: Așa că vreți să schimbați sistemul alimentar!

1. Introducere
2. Ce trebuie să știți înainte de a începe o afacere în domeniul agroalimentar.
3. Cu ce începeți?
4. Crearea unei afaceri sustenabile



„Valoarea unei idei stă în folosirea ei.”
– Thomas A. Edison

Capitolul 1

Introducere

Dacă citiți acest ghid, fie că sunteți pe punctul de a începe, fie ați început recent o afacere în domeniul alimentar. Felicitări! Ce perioadă excitantă! Începerea unei afaceri este o călătorie plină de provocări și oportunități și, cu toate că există nenumărate sfaturi pentru demarare, am simțit că există un gol pe piață. Așadar, am căutat să creăm un manual pentru întreprinzători și aspiranți la întreprinzători în domeniul alimentar în sensul cel mai larg al termenului, adică activități de-a lungul întregului lanț de aprovizionare alimentară. Gândiți-vă la acesta ca la un ghid de pornire enciclopedic adaptat la sectorul alimentar. Este un manual practic și o colecție de instrumente care vă vor ghida în implementarea unei strategii de afaceri puternice și care oferă întrebări, șabloane și resurse pentru învățare și încurajarea progresului.

Manualul este împărțit în 9 subiecte cheie de pornire, fiecare capitol cuprinzând teorii despre fiecare subiect, studii de caz și mărturii/sfaturi de la întreprinzători. Modul în care este structurat manualul vă permite să-l citiți de la început până la sfârșit sau ca secțiuni de sine stătătoare, în care puteți intra și ieși. Într-adevăr, călătoria unei startup nu este niciodată simplă și va trebui să vă ocupați simultan de majoritatea elementelor indicate în diferite capitole. Poate doriți să săriți unele capitole, dacă acestea nu sunt relevante sau sunt prea ușoare pentru dvs. Îndrumările din acest manual nu sunt exhaustive, așa că ne-am asigurat că fiecare capitol conține la sfârșit resurse suplimentare, un rezumat al celor mai importante puncte (dacă nu aveți timp sau chef, puteți citi doar această secțiune) și unele activități la care să lucrați. Sperăm că citirea acestui ghid să fie la fel de interesantă pe cât a fost pentru noi să crearea sa și că vă va fi util în călătorie.

Ce trebuie să știți înainte de a începe o afacere în domeniul agroalimentar

Ne-am gândit că cel mai bun mod de a începe acest ghid ar fi să întrebăm întreprinzătorii alimentari ce și-ar fi dorit să știe înainte de a începe o afacere cu alimente. Nimic mai bun decât experiența directă pentru a afla cum este cu adevărat!

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

„Cum să derulezi o afacere? Am vrut să rezolv o problemă, iar rezultatul a fost derularea unei afaceri. Habar n-aveam cum să derulez o afacere, să fac o planificare financiară de bază etc. În cele din urmă îți dai seama că, dacă ai o atitudine potrivită, poți să te ocupi de toate. Dar ar fi fost folositor dacă aș fi avut o educație de afaceri, aș fi știut ceva despre logistică, cum să gestionez finanțele etc.”

– **Chantal Engelen, cofondatoare a companiei Kromkommer**



„Să fi știut că oamenii au gusturi foarte personale în ceea ce privește alimentele, pe care le asociază cu emoții. Și, în ceea ce privește agricultura, rețineți că lucrați cu resurse biologice, care sunt diferite de alte procese, deoarece biologia este un domeniu aparte.”

– **David Rosenberg, cofondator & CEO al companiei Aerofarms**

„Cât ar fi durat totul și cât de repede ar fi mers dacă aș fi adus experți la bord mai devreme.”

– **Solveiga Pakštaitė, fondatoare a companiei Mimica Touch**





„Să fi știut faptul că comerțul cu amănuntul este un mediu atât de provocator”
– **Willem Sodderland, fondator și nebun după mare la Seamore**

„Cât de mult diferă rularea propriei afaceri de rularea afacerii altora. Am crezut că există mult stres atunci când rulezi alte afaceri, însă există întotdeauna o plasă de siguranță. Când îți rulezi propria afacere, nivelul de stres și dedicare este complet diferit. Și mă gândeam că nu m-aș putea opri atunci când conduceam propria mea companie, dar incapacitatea de a te opri atunci când este propria ta afacere este complet diferită. Consumă tot, îți afectează viața personală. Relațiile tale cu prietenii, cu familia. Și asta că nu vreau să par prea negativ. Dacă afacerea mea actuală s-ar termina, aș lua-o de la capăt într-o clipă.”

– **Steven Dring, CEO și cofondator al companiei Growing Underground**



„Mi-aș dori să fi înțeles siguranța alimentară și cadrul de reglementare. Nu știam absolut nimic despre asta. La început, avocații ne-au spus că modelul de la vecin la vecin nu are nevoie de reglementări, iar noi nu am revizuit acest lucru. Apoi am introdus un nou model, în care voluntarii culeg mâncare din întreprinderi, model care cu siguranță trebuie reglementat. Este într-adevăr dificil să înțelegem sistemul, care sunt regulile reale și care este întregul ecosistem.”

– **Saasha Celestial-One, cofondatoare a companiei Olio**

„Industria alimentară este cea mai veche industrie din lume; mâncăm de când existăm. Din această cauză, are mai multe fațete decât alte sectoare. Este o afacere cu un volum mare și, în general, o industrie cu marjă mică, în comparație cu altele. Așadar, este important să știți că prețul contează și că viteza contează și deci proiecțai-vă într-adevăr produsele cu acele lucruri în minte ... și faptul că există o mulțime de jucători care au scară ... ca antreprenor, cum procedați pentru a depăși aceste provocări la scară?”

– **Marc Zornes, fondator al Winnow Solutions**



„Mi-aș dori să fi avut pe cineva care să lucreze cu noi, care să cunoască reglementările și legislația din domeniul alimentar, o parte atât de neglijată a industriei, dar absolut vitală pentru o afacere de succes.”

– **Kate Hofman, CEO și cofondatoare a companiei GrowUp Urban Farms.**

„Să fi știut că lumea comerțului cu amănuntul este foarte complexă, complicată și în continuă schimbare. Nu este la fel de simplu ca o strângere de mână și ai făcut afacerea, este o fiară mult mai mare.”

– **Jim Cregan, cofondator al companiei Jimmy's Iced Coffee.**



„Cred că există atât de multe tipuri diferite de afaceri alimentare... Inițierea unei companii de catering de întreprindere socială în comparație cu un produs de tehnologia avansată de vizualizare computerizată sunt universuri diferite și mă simt norocoasă că le-am putut face pe amândouă. Mi-ar fi plăcut ca, înainte de a pune pe picioare ImpactVision, să fi știut cât de multe provocări presupune vânzarea de hardware pentru industria alimentară și cât de reduse sunt marjele de profit pentru majoritatea companiilor alimentare. Acestea fiind spuse, nu mi-aș dori să lucrez în alt sector decât în cel alimentar și în lanțul de aprovizionare, în mod special. Cred că suntem într-un punct de digitalizare semnificativă, ceea ce este cu adevărat interesant.”

– **Abi Ramanan, CEO și cofondatoare a companiei ImpactVision.**



„Venind dintr-o perspectivă combinată a produselor alimentare și biotehnologiei, aș dori să fi știut faptul că lucrurile durează întotdeauna mai mult decât s-ar fi crezut.”

– **Arturo Elizondo, CEO și cofondator al companiei Clara Foods**



„Am început când eram la facultate, nu știam nimic... Știam doar că avem o idee nemaipomenită. Ne-am concentrat pe scoaterea produsului și am găsit, din fericire, niște adoptatori timpurii care au iertat neconcordanțele produsului. Însă, pentru oricine dorește să înceapă o afacere și să nu o facă ca hobby, i-aș sfătui să se concentreze pe a face produsul cu cel mai bun gust, deoarece acesta vă va oferi oportunitatea de a face totul ... ca misiune a dvs.”

– **Dan Kurzrock, cofondator și expert în boabe la compania Regrained**

Sfaturi generale înainte de a începe

Despre dragoste: Administrarea propriei afaceri nu este o joacă de copii. Cel mai sigur este că va fi mult mai greu (și mai plin de satisfacții) decât v-ați fi putut imagina vreodată, așa că asigurați-vă că faceți ceva ce vă place și de care vă pasă. În loc să atacați orice veche oportunitate de piață, încercați să rezolvați o problemă de care vă pasă. Dacă vreți s-o faceți doar pentru posibile câștiguri financiare, veți pierde rezistența și nu veți depăși toate neplăcerile pe care le veți întâlni. Cu toate acestea, trebuie să menționăm două lucruri:

1. Când îți desfășori propria startup, o mare parte din timp se petrece cu activități precum vânzări, marketing, servicii pentru clienți, networking, stabilirea strategiei, calcularea logisticii și activități administrative, precum facturare și salarizare. Așadar, chiar dacă afacerea dvs. rezolvă o problemă care vă pasionează, fiți pregătiți să petreceți foarte mult timp cu lucruri care s-ar putea să nu vă placă la fel de mult. În calitate de om de afaceri, **TREBUIE** să vă obișnuiți cu situațiile incomode și să fiți dispus să trăiți în incertitudine.
2. Este important să iubiți ceea ce faceți, fără însă să vă îndrăgostiți la nebunie de propria dvs. idee. Este mai bine ca obiectul dragostei dvs. să fie problema pe care încercați să o rezolvați, nu ideea. Obțineți feedback din timp și iterați ideea. Ascultați-vă clienții și feedbackul; nu luați lucrurile personal și fiți dispus să învățați.

Bani, bani, bani: Succesul peste noapte nu există, iar obținerea unui venit constant de la startup-ul dvs. are nevoie de ceva timp. Asigurați-vă că aveți fluxuri de venit care să vă salveze de multe nopți nedormite și de stres inutil. După ce ați calculat cheltuielile legate de ideea dvs. de afaceri, pregătiți-vă să le dublați, triplați sau să le cvadruplați. Este probabil să apară costuri neașteptate, așa că este bine să fiți pregătit atât din punct de vedere financiar, cât și mental.

Pe lângă crearea unui buget pentru afacerea dvs., nu uitați nici de bugetul personal. S-ar putea să doriți să vă mențineți locul de muncă actual, activitatea de freelance/consultanță sau să căutați un loc de muncă cu normă parțială înainte de a vă dedica complet noii afaceri (acest lucru poate fi dificil, în special pentru femeile care tind să se ocupe de îngrijirea copilului și gospodărie. Vezi mai multe în continuare.) În calitate de proprietar al unei întreprinderi mici, este esențial să abordați gestionarea fluxurilor de numerar. Urmăriți unde se duc banii și asigurați-vă că puteți justifica orice cheltuială. Investitorul Mark Cuban ne recomandă „Nu cumpăra niciodată marfă promoțională. Un semn sigur de eșec pentru un startup este atunci când cineva îmi trimite tricouri polo brodate cu logo. Dacă oamenii tăi sunt în public, la un spectacol, este în regulă să cumperi pentru angajați, dar dacă crezi cu adevărat că oamenii vor purta peste tot tricoul cu emblema ta, te înșeli și nu ai nici cea mai vagă idee de cum să-ți cheltui banii.” Acest lucru poate suna un pic dur, dar vă amintește că trebuie să urmăriți banii și să cheltuiți cu înțelepciune. Și veți avea o grămadă de cheltuieli.



„Totul poate fi prevăzut”

– Marie Forleo

Echilibrul dintre viața profesională și cea privată: Este posibil să trebuiască să vă ocupați de mai multe lucruri, ca de exemplu îngrijirea copiilor sau treburile gospodărești, care nu vă lasă să aduceți ceva bani în casă sau să vă găsiți suficient timp pentru tot ceea ce trebuie să faceți atunci când începeți propria afacere. Dacă aveți un partener (romantic), asigurați-vă că discutați cu el despre modalități de a face față inevitabilelor ascensiuni și coborâșuri înainte ca acestea să apară.

La fel de important ca discuția despre bani este modul în care vă administrați timpul dedicat partenerului de cuplu sau familiei. Dacă sunteți femeie, ce urmează este extrem de important:

- [Femeile au de cinci ori mai multe șanse să petreacă 20 de ore pe săptămână - ceea ce reprezintă o jumătate de săptămână de lucru obișnuită! - făcând treburi în gospodărie decât bărbații atunci când ambii lucrează cu normă întreagă](#)
- [Femeile au de opt ori mai multe șanse decât bărbații să aibă grijă de copii atunci când sunt bolnavi sau să se ocupe de programul copiilor.](#)
- [Dintre cei 6,5 milioane de îngrijitori neplătiți din Marea Britanie 58% sunt femei](#)

Acești factori nu sunt doar costisitori din punct de vedere al timpului care ar fi putut fi folosit pentru a câștiga bani sau investit în propria afacere, ci și al consumului emoțional. Valoarea acestor servicii și modul în care să fie distribuiți echitabil ar trebui să fie incluse în discuțiile oricărui cuplu (în special heterosexual) cu privire la modul de susținere a unei afaceri noi, astfel încât să se asigure cea mai mare șansă de succes atât în plan personal, cât și profesional. Există multe căi de abordare a acestui aspect, dar poate [acest articol](#) vă poate ajuta la început.

Dacă vă ocupați de îngrijirea neplătită a unui membru al familiei, ca de exemplu o persoană mai în vârstă sau o persoană cu un handicap, atunci încercați să împărțiți această sarcină cu alți membri ai familiei (ceea ce reprezintă o provocare, deoarece probabil ei se așteaptă ca dvs. să faceți acest lucru) și interesați-vă dacă există alte resurse disponibile care vă pot ajuta. De exemplu, în Marea Britanie, organizația de caritate Carers UK oferă sfaturi și resurse, iar în alte țări pot exista organizații similare.

Dacă sunteți mamă singură, provocările probabil și mai mari - deși nu trebuie să subestimați abilitățile pe care le-ați dezvoltat deja prin administrarea singură a copiilor - reprezentând posibilitatea perfectă de a practica multitasking! Încercați să vă gândiți la moduri în care ați putea delega îngrijirea copiilor în momente critice și ce rentabilitate trebuie să obțineți pentru a putea face față îngrijirii cu plată a copilului.

Următorul studiu de caz provine de pe [entrepreneur.com](#)



Consultați [acest articol](#) pentru 10 exemple inspiratoare de mame întreprinzătoare.

Angela Benton este fondatoare și CEO a companiei NewME. De la lansarea sa în 2011, NewME a accelerat peste 300 de startup-uri și le-a ajutat să strângă peste 17 milioane de dolari în finanțare cu capital de risc. Faptul că a avut primul copil la 16 ani nu a reprezentat un obstacol pentru Benton, care a devenit cunoscută prin propria muncă în lumea proiectării și tehnologiei, apărând în revista Power 150 a Ebony în 2010, „100 cei mai interesanți antreprenori din 2013” a Goldman Sachs și „Cele mai puternice 50 de femei din 2013” în revista Marie Claire.

Sfatul ei: „A fi mamă singură NU este un regres. Este destul de răspândită ideea că antreprenorii „înghesuie”, „zdrobesc”, „macină” și orice alt cuvânt care vă poate trece prin minte pentru a descrie munca reală și dură care ocupă 100% din timp atunci când ai o afacere. În lumea reală, știm că acest lucru nu este adevărat

Nu mă înțelegeți greșit, antreprenoriatul înseamnă foarte multă muncă. Cu toate acestea, nu lăsați percepția acestui stil de viață să vă sperie înainte de a începe. Să fii mamă singură înseamnă să ai o mulțime de abilități antreprenoriale, cum ar fi: multitasking, creativitate, gestionarea și/sau operarea bugetului, precum și rezolvarea problemelor, ca să menționăm numai câteva dintre aceste abilități. Nu știu dumneavoastră, dar eu aș prefera o persoană cu aceste abilități față de una care a terminat recent universitatea.”

Ieșiți în lume: Dacă vreți să aveți propria afacere de succes, pregătiți-vă să ieșiți în lume și înfrângeți-vă teama de a vorbi în public. Participați la evenimente, utilizați rețelele de socializare și oferiți-vă să-i ajutați pe alții (ar putea suna contraproductiv, dar adesea merită și face o impresie bună care durează).

De asemenea, poate doriți să luați în considerare, de exemplu, să începeți un blog sau să creați conținut video. Oricât de extraordinară ar fi idea pe care o aveți, este posibil să nu se vândă singură, așa că faceți-vă cunoscut, atât dumneavoastră, cât și ideea.

Dezvoltați-vă abilitățile de comunicare și vorbire în public, povestiți-le oamenilor despre ideea dvs. și simțiți-vă bine când vindeți. De asemenea, căutați să construiți relații în loc să urmăriți doar tranzacțiile.

Construirea unei rețele de susținători cu aceeași viziune vă va ajuta și ea să vă promovați în timpuri dificile și vă va oferi încrederea să mergeți mai departe. Așadar, căutați grupuri de sprijin pentru antreprenori - indiferent dacă acestea se află în apropierea dvs. sau online - care corespund unei anumite nișe cu care vă identificați. Acest lucru este deosebit de important pentru antreprenorii femeii și/sau cei care provin dintr-un mediu subreprezentat (persoane de etnie neagră, asiatică și minorități, LGBTQ, cu dizabilități sau orice alt grup marginalizat), deoarece aceste grupuri se confruntă cu provocări unice.

Cu ce începeți?

Înainte de a începe, este util să vă înarmați cu cât mai multe cunoștințe puteți. Trebuie să realizați ce vă așteaptă și să înțelegeți conceptele generale de afaceri, pe care le prezentăm mai jos. De asemenea, la sfârșitul acestui capitol puteți găsi mai multe resurse suplimentare. În afară de a citi mult, o modalitate excelentă de a începe este să vorbiți despre ideea / conceptul dvs. cu cât mai multe persoane. Mulți antreprenori simt nevoia să-și țină ideea secretă, dar majoritatea oamenilor nu încep afaceri și există o mare diferență între a avea o idee și a o pune în practică. Avantajele de a vorbi cu alții (prieteni, familie, experți din domeniu, potențiali clienți, oameni pe care îi admirați, cercetători) sunt imense: vă ajută să vă extindeți modul de a gândi și să vă dezvoltați rețeaua. Deci, nu fiți timid, adresați-vă oamenilor și ... dați-i drumul!

Conceptele de afaceri 101

O afacere este alcătuită din mai multe discipline și, în calitate de fondator (sau cofondator) al unei startup, trebuie să fiți implicat sau cel puțin să vă pricepeți cât de cât la ele:



Strategie: se referă la determinarea modului în care compania dvs. își va atinge obiectivele și viziunea pentru următorii ani. Este esențial să vă planificați cum veți face lucrurile.

Contabilitate: reprezintă ținerea evidențelor contabile și înregistrarea tranzacțiilor afacerii dvs., ca de exemplu ceea ce intră (venituri) și ce iese (cheltuieli).

Finanțare: este procesul de obținere sau furnizare de capital (adică bani) pentru finanțarea activităților de afaceri.

Vânzări: sunt coloana vertebrală a oricărei afaceri. Fără vânzări, nu aveți venituri și nu puteți obține profit, ceea ce înseamnă că nu puteți supraviețui.

Marketing: este procesul de promovare și vânzare a produselor și serviciilor. Aceasta include discipline precum publicitatea, PR-ul și strategiile de stabilire a prețurilor.

Operațiuni: se referă la funcțiile legate de modul în care sunt fabricate produsele și serviciile, cum ar fi gestionarea lanțului de aprovizionare și logistică.

Resurse umane: reprezintă managementul oamenilor, îngrijirea echipei.

Rentabilitatea investiției (ROI): reprezintă beneficiile obținute ca urmare a unei investiții. Aceasta tinde să se refere la un randament financiar, deși poate cuprinde și randamente mai largi (de mediu, sociale etc). Investitorii vor căuta să înțeleagă la ce fel de rentabilitate se pot aștepta dacă investesc în afacerea dvs.

Ofertă și cerere: fiecare piață este compusă din două părți: cea care oferă și cea care cere. Partea ofertantă este reprezentată de vânzători, persoane sau întreprinderi care vând produse și servicii, iar partea solicitantă, din cumpărători, persoane (consumatori) sau companii care cumpără produse și servicii. Ca antreprenor, trebuie să vă considerați ca fiind un ofertant, deoarece ceea ce vindeți va determina succesul afacerii dvs. În același timp, sunteți și solicitant, deoarece cumpărați produse și servicii de la alții din lanțul dvs. valoric.

Avantaj competitiv: este ceea ce face ca produsul sau serviciul dvs. să iasă în evidență față de cele ale concurenței. Poate fi legat de preț (de ex., produsul/serviciul dvs. este mai ieftin decât cel al concurenților) sau se poate referi la un anumit atribut sau condiție care fac ca oferta dvs. să fie superioară.

Sunteți antreprenor unic sau aveți un cofondator?

Dacă încă nu ați început și nu sunteți sigur dacă ar trebui să începeți aventura singur sau cu (un) cofondator(i), luați în considerare avantajele și dezavantajele ambelor posibilități:



Singur:

- Potențial pentru costuri inițiale mai reduse (mai puține salarii, mai puține persoane de susținut).
- Vă permite să vă configurați singur ideea și să luați toate deciziile.
- Potențial de conflict mai redus (sau chiar zero, cât timp sunteți singur), ÎNSĂ ...
- Poate deveni foarte singuratic, iar faptul că sunteți singurul care purtați toată responsabilitatea este descurajant.
- Investitorii refuză adesea să sprijine fondatorii unici și preferă echipele de sprijin.

Cu un partener de afaceri:

- Este mai probabil să aveți o gamă mai largă de competențe și experiențe (ceea ce este foarte bine).
- Este mai puțin probabil să vă îndreptați într-o direcție greșită, deoarece puteți dezbate ideile, fiecare acționând ca o placă de rezonanță.
- Veți împărtăși stresul, costurile și responsabilitatea, DAR ...
- Pot apărea conflicte, iar un cofondator se aseamănă foarte mult cu un partener (sau un soț/soție) și necesită multă muncă.
- Dacă una dintre dvs. este femeie, puteți angaja



până la 2,5 ori mai multe femei decât o echipă compusă numai din bărbați - deci asigurați de la început o companie mai diversă. De ce este important acest lucru? Potrivit unui studiu realizat de Universitatea Pepperdine, s-a calculat că societățile Fortune 500 care au susținut egalitatea de gen la locul de muncă au avut venituri și marje de profit cu 34% mai mari față de companiile medii din domeniu.

Femeile cofondatoare sunt încă foarte puțin prezente în lumea startup-urilor, la fel ca și în consiliile de administrație ale marilor companii, dar timpurile se schimbă și oamenii își dau seama că numirea unei femei într-o funcție de conducere este o strategie mult mai bună decât [orice growth hack pus în practică în toți acești ani](#):

- Companiile private de tehnologie conduse de femei sunt mai eficiente din punct de vedere al capitalului, obținând un ROI cu 35% mai mare și, atunci când beneficiază de capital de risc, venituri cu 12% mai mari decât startup-urile administrate de bărbați, potrivit Kauffman Foundation ([sursă](#)):
- Companiile din portofoliul First Round Capital fondate de femei au obținut rezultate cu 63% mai bune decât cele fondate de bărbați ([sursă](#)):
- Potrivit unui sondaj comandat de McKinsey and Company, firmele europene cu cel mai mare procent de femei aflate la conducere au experimentat o creștere a valorii stocurilor de 64% în doi ani, comparativ cu media de 47% ([sursă](#)):

Când vă hotărâți să vă luați un partener, merită să aveți în vedere câteva lucruri:

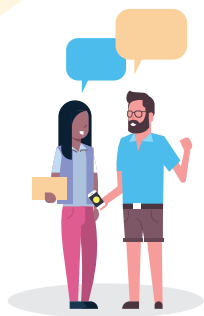
- **Sunteți la fel de hotărât să faceți ca această aventură să funcționeze atât financiar, cât și din punct de vedere al timpului?**
Asigurați-vă că amândoi (sau toți, dacă sunteți mai mult de doi) aveți așteptări similare cu privire la angajamentul pe care vi-l asumați.
- **Vă placeți?**
Vei petrece mult timp cu cofondatorii. Și mult din acest timp îl veți petrece în situații stresante, așa că ar trebui să găsiți oameni a căror companie vă este plăcută.
- **Aveți abilități complementare?**
Două capete gândesc mai bine decât unul singur. Evaluați-vă abilitățile și cum se completează între ele (sau nu). La început trebuie să fiți expert în mai multe domenii (contabilitate, dezvoltare de afaceri, marketing, marketing, resurse umane, vânzări, viziune etc ...), deci are sens să găsiți cofondatori mai buni și mai entuziaști față de anumite activități decât sunteți dvs.
- **Și nu în ultimul rând, asigurați-vă că discutați din timp despre ce se va întâmpla în caz de conflict, cum se iau deciziile sau dacă unul dintre dvs. vrea să plece.**
Este întotdeauna mai bine să porți discuții dificile când sunteți în relații bune atunci când ești stresat.

Vizitați rețele de cofondatori, ca de exemplu [FoundersNation](#) sau [coFoundersLab](#) care vă ajută să găsiți cofondatori, să verificați compatibilitatea și vă oferă sfaturi despre cum să formați o echipă cu succes.

Mărturii ale unor întreprinzători despre cofondatori

„Fondatorii mei m-au părăsit cândva. Este important să vă gândiți la acest lucru atunci când începeți să lucrați împreună. Dacă te despartți după un timp, apar întotdeauna discuții despre bani etc. Văd acest lucru peste tot în jurul meu. Puneți totul pe hârtie pentru a evita neplăceri mari.”

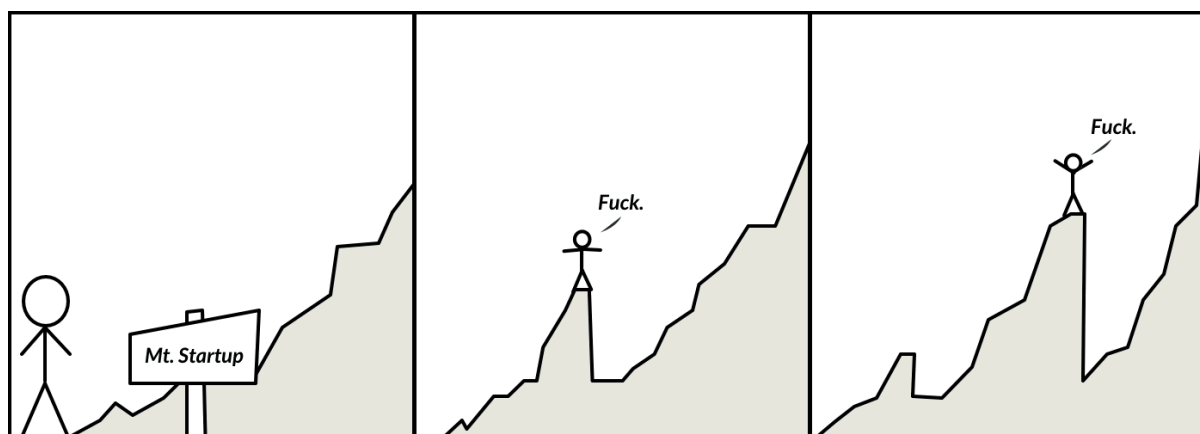
– **Chantal, cofondatoare a companiei Kromkommer**



„Un cofondator este incredibil de important. Cred că ești suficient de nebun pentru a începe o afacere cu un cofondator și cu atât mai mult fără unul. Unul dintre cele mai importante lucruri pe care le faci din timp este să te gândești ce nu știi, adică probabil majoritatea lucrurilor, așadar caută pe cineva care să poată completa contribuția ta. În plus, este mult mai distractiv ... vei împărtăși succesul cu altcineva și vă veți oferi terapie reciprocă atunci când lucrurile nu merg atât de bine.”

– **Dan Kurzrock, cofondator și expert în boabe la compania Regrained**

Montarea startup-ului



(<https://john.onolan.org/vision/>)

„Crearea unei startup este ca și cum ai urca un munte în care poți vedea doar înainte, dar nu și sus. (...) De fiecare dată când crezi că ai progresat pe calea succesului, descoperi o râpă colosală, întrucât îți dai seama că jumătate din lucrurile pe care le-ai făcut sunt greșite, iar timpul și banii investiți sunt pierduți. Acestea te-au dus până la punctul în care te afli acum, dar nu te va ajuta să urci mai departe. De fiecare dată când spuni „ok, asta a fost!” ajungi în următoarea prăpastie. Fuck. Într-o oarecare măsură, acesta este un cadou. Dacă ai putea vedea de la început cât de înalt este acel munte, probabil că nu te-ai hotărâ niciodată să-l urci. În schimb, o mare parte a succesului unui startup este capacitatea de a privi cât mai sus posibil. Când se vorbește despre „viziunea” fondatorului, îmi place să mă gândesc la ea ca la capacitatea de a privi în sus muntele. Evită cât mai multe prăpăstii posibile și rămâi pe o potecă care nu duce la un singur vârf izolat. Partea rămasă, cred eu, este de câte ori păți spune „fuck”. Și apoi continuă oriunde vrei.”

– **(John O’Nolan)**



Crearea unei afaceri sustenabile

Prin intermediul acestui ghid încercăm să vă ajutăm să vă aduceți startup-ul agroalimentar pe calea succesului, atât din perspectiva afacerii, cât și a impactului. Pentru a contribui la un sistem alimentar mai bun și a construi o afacere cu adevărat sustenabilă, este important să încorporați aceste aspecte în afacerea dvs. din prima zi. Deci, ce anume trebuie să știți despre crearea unei afaceri sustenabilă și ce este cel mai important?

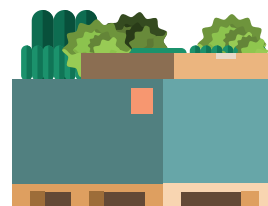
De ce ar trebui să creați o afacere sustenabilă?

Este clar că trebuie să mâncăm cu toții, însă sistemul nostru alimentar actual pune o presiune masivă pe planetă. Acesta contribuie cu 19% -29% la emisiile globale de gaze cu efect de seră antropice (GES) (Vermeulen, Campbell și Ingram, 2012). Producția de alimente are nevoie de o cantitate considerabilă de resurse, cum ar fi nutrienți, suprafață terestră, energie și apă, așa că ar trebui să ne asigurăm că aceste resurse sunt utilizate pentru a produce produse care oferă valoare reală și pentru a îmbunătăți viața oamenilor, fără a supune planeta la eforturi inutile.



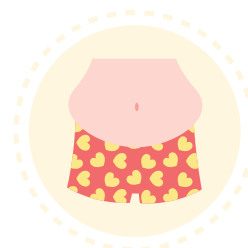
Agricultura contribuie la schimbările climatice prin emisii de GES și reducerea stocării carbonului în vegetație și sol. La nivel local, agricultura reduce biodiversitatea și afectează habitatele naturale prin transformarea terenurilor, eutrofizare, utilizarea de pesticide, irigații și drenări. Practicile agricole nesustenabile pot duce, de asemenea, la impacturi directe asupra mediului, cum ar fi eroziunea solului și pierderea polenizatorilor (din cauza cantităților excesive de pesticide). ([Agenția Europeană de Mediu, 2012](#)).

Având în vedere impactul negativ al producției alimentare asupra mediului, este clar că avem nevoie nu numai de practici mai bune, ci și de o apreciere reală a produselor alimentare. Din păcate, nu pare să fie așa. Organizația pentru Alimentație și Agricultură a Națiunilor Unite (FAO) estimează că o treime din toate produsele alimentare din lume se pierd sau se irosesc în fiecare an.



De asemenea, un sistem alimentar sustenabil trebuie să aibă grijă de oamenii pe care îi hrănește și de comunitățile în care funcționează. Revoluția verde din anii 50 și 60 a avut rezultate incredibile, procentul populației globale subnutrite scăzând de la 33% în 1969 la 10-12% astăzi (Banca Mondială). Deși acest procent este încă inacceptabil de mare, el demonstrează capacitatea sistemului nostru alimentar global de a aborda problemele cheie ale societății.

Astăzi, provocările sunt altele. Potrivit Organizației Mondiale a Sănătății, la nivel mondial obezitatea aproape s-a triplat din 1975. În 2016, 39% dintre persoanele cu vârste de peste 18 ani erau supraponderale și 13% sufereau de obezitate. Obezitatea este asociată cu probleme cardiovasculare, diabet și cancer. Este o epidemie în creștere și poate fi prevenită prin diete și stiluri de viață mai bune. Deși disponibilitatea de calorii nu mai este o problemă în multe părți ale lumii, nutriția de calitate continuă însă să fie. Din ce în ce mai multe studii sugerează că există o legătură între produsele alimentare extrem de procesate și rezultatele nefavorabile asupra sănătății. Suntem expuși în mod obișnuit la niveluri ridicate de zahăr, sare și grăsimi, în detrimentul sănătății noastre colective.



Impactul social al sistemului nostru alimentar nu se limitează doar la nutriție. Există o gamă largă de probleme, cum ar fi salariile mici/munca forțată, acceptabilitatea inovației (de ex.: OMG-urile) și multe altele, care trebuie și ele luate în considerație.

Nu avem nevoie de mai multe întreprinderi alimentare, ci avem nevoie de afaceri alimentare mai durabile.

Alegeți-vă băcăliile

Deși o afacere durabilă implică o abordare holistică, în cadrul căreia să se ia în considerare impactul asupra mediului și social de-a lungul fiecărui aspect al afacerii, merită să vă alegeți și băcăliile. Ca startup, pur și simplu nu puteți aborda totul simultan și va trebui să faceți compromisuri. După ce rezolvi problemele de sustenabilitate, de multe ori îți dai seama că întregul sistem nu funcționează corect și poți fi tentat să le rezolvi pe toate. Dar amintiți-vă, sunteți doar un actor cu un rol mic într-o piesă foarte mare, așa că trebuie să vă concentrați cu atenție eforturile.

Compania dvs. nu poate rezolva toate problemele de la început. Trebuie să aveți o viziune clară a obiectivului pe care doriți să-l atingeți din perspectiva durabilității și să vă dedicați eforturile pentru a-l atinge, ținând seama de capacitatea afacerii dvs. A face lucrurile diferit (de exemplu, a angaja oameni din medii defavorizate, folosirea unui nou tip de ambalaj sau proces de fabricație) necesită multă răbdare și curaj. Vă opuneți proceselor tradiționale de afaceri, așa că este logic că, în calitate de startup cu resurse limitate, nu puteți face totul simultan. Alegeți-vă misiunea de bază, concentrați-vă pe ea și începeți să o puneți în practică.

De asemenea, merită să remarcăm că, odată ce expuneți chestiuni de sustenabilitate, oamenii vor fi înclinați să examineze tot ceea ce faceți. Majoritatea vă vor sprijini, dar vor exista mereu și cei care se vor lua de un aspect de care încă nu v-ați dat seama. Nicio problemă. Pregătiți-vă pentru acele ocazii, aduceți-vă aminte de ce ați luat anumite decizii și unde încercați să ajungi.

Despre crearea unei afaceri bazată pe o misiune

„Sfaturile pe care le-am dat antreprenorilor aspiranți care au o misiune este să nu se îndrăgostească de o misiune importantă specifică la început, ci să se îndrăgostească de ideea generală de a construi o afacere care să rezolve o misiune importantă. La fel ca în restul afacerii, nu veți ști niciodată dinainte ce vor descoperi investigațiile dvs.”
–Tom Simmons, fondator și CEO la Cambridge Glycoscience



Valoarea sustenabilității în crearea mărcii

Dincolo de a face ceea ce trebuie, încorporarea sustenabilității de la început are multe avantaje pentru afaceri:

- **Îngrijirea consumatorilor:** din ce în ce mai multe studii reiese că consumatorii doresc să aleagă produse cu impact pozitiv asupra mediului și societății (cel puțin atunci când sunt întrebați despre aceasta). Un studiu global al consumatorilor realizat de compania Unilever în 2017 a dezvăluit o oportunitate de piață de peste 1 miliard de dolari pentru mărci care pot comercializa în mod eficient și transparent sustenabilitatea produselor lor. [\(Sursă:](#)
- **Îngrijirea partenerilor de afaceri:** majoritatea companiilor trebuie să îndeplinească anumite cerințe de sustenabilitate (UE impune companiilor mari să raporteze în legătură cu impactul social și de mediu al activităților lor), astfel încât acestea preferă din ce în ce mai mult să lucreze cu furnizori și parteneri care le pot ajuta să îndeplinească cerințele respective. Aceasta este o oportunitate extraordinară pentru startup-uri.
- **Diferențierea pozitivă pe piață:** impactul pozitiv oferă un punct de vedere de marketing care vă poate ajuta să vă diferențiați de concurență, în special de companiile mai consacrate. Pe măsură ce creați un impact pozitiv, mass-media va dori să vorbească despre ceea ce faceți, iar comunitățile din jurul dvs. se vor interesa și ele. Sustenabilitatea vă poate ajuta, de asemenea, să creați loialitate, deoarece îi ajutați pe alții să contribuie la lucrurile de care le pasă sau care cred că sunt importante.
- **Atragerea unei echipe motivate și angajate:** oamenii le place să lucreze pentru afaceri care au o misiune. Sondaje recente au arătat că mileniali preferă să lucreze la companii care fac mai mult decât să câștige bani, acesta fiind un aspect cheie atunci când caută un loc de muncă. [\(Sursă:](#)
- **Este o realitate a pieței:** nu în ultimul rând, creșterea deficitului de resurse înseamnă că, dacă puteți produce în moduri mai eficiente, forțele pieței vă vor afecta mai puțin operațiunile pe măsură ce lumea noastră se schimbă.

Dacă doriți să treceți mai departe pentru a citi mai multe despre valoarea sustenabilității în afacerea dvs., mergeți la capitolul 7, unde vorbim despre măsurarea și comunicarea impactului companiei dvs.



„Aspectul care mă emoționează cel mai mult de la a fi antreprenor este faptul că o persoană este capabilă să se înfrunte cu o problemă și să facă ceva pentru a o rezolva. Am avut o idee care ar putea aduce beneficii societății și am simțit că este datoria mea să o fac realitate.”

– Solveiga Pakštaitė, cofondatoare a companiei Mimica Touch

Rezumatul capitolului 1

Puncte cheie

Dacă vă amintiți doar câteva lucruri din acest capitol, sperăm că acestea sunt următoarele:

- Să fii antreprenor este mai greu decât credeți și trebuie să fiți pregătit să fiți nu doar vizionar, ci și agent de vânzări, șeful finanțelor, responsabil cu marketingul, managerul de operațiuni, departamentul de resurse umane ... Cu toate acestea, știți că rularea propriei afaceri este plină de satisfacții.
- Gândiți-vă bine dacă doriți să vă porniți în călătorie singur sau cu un cofondator. Dacă decideți să vă luați un partener de afaceri - lucru care are o mulțime de avantaje - alegeți pe cineva care are abilități complementare, de care vă place și care este la fel de angajat ca și dvs., și purtați discuțiile dificile (de exemplu, dacă celălalt care dorește să renunțe) chiar la început. De asemenea, încercați să creați echilibru de gen încă de la început.

Este timpul să vă opriți și să vă gândiți: sunteți toți, atât dvs. cât și cofondatorul/cofondatorii, la fel de decizi să faceți ca această aventură să funcționeze? Vă plăceți? Aveți abilități complementare? Cum construiți în diversitate?



- Crearea unei afaceri durabile, care să transforme sistemul alimentar, este dificilă, dar nu numai că este necesară pentru a răspunde nevoilor generațiilor viitoare, ci are și multe avantaje comerciale. Dintre acestea menționăm diferențierea pozitivă pe o piață aglomerată și atragerea angajaților motivați și angajați.

Este timpul să vă opriți și să vă gândiți: care este misiunea dvs. de bază? Vă este clar, atât dvs. cât și echipei dvs., care este obiectivul principal de sustenabilitate al companiei și care este raționamentul din spatele anumitor decizii și posibile compromisuri? (Clarificarea răspunsurilor la aceste întrebări vă ajută să răspundeți la scepticismul și la întrebările cu care vă puteți confrunța imediat ce menționați cuvântul sustenabilitate sau afaceri sustenabile.)

- Este important să strângeți feedback și să ascultați criticile constructive, însă acestea trebuie să fie concrete și să evidențieze aspecte specifice ale ideii care ar trebui schimbate. O descurajare generală la începerea propriei afaceri nu este ceva grav.

Și acum, să trecem la treabă!

- 1. Vorbiți despre ideea/conceptul dvs.** cu cel puțin 10 persoane în luna următoare, pentru a vă extinde gândirea și a vă dezvolta rețeaua. Aceste persoane pot fi prieteni, rude, experți din sector, oameni pe care îi admirați, cercetători, colegi actuali, potențiali clienți ... Prietenii și familia sunt minunați, dar nu sunt întotdeauna obiectivi, așa că asigurați-vă că găsiți câteva persoane de la care puteți obține o opinie cinstită.
- 2. Alegeți-vă băătăliile!** Nu veți putea să transformați întregul sistem alimentar dintr-o dată, așa că stabiliți-vă misiunea principală și unde doriți să ajungeți dintr-o perspectivă a sustenabilității și explicați-vă dvs. și echipei dvs. de ce ați luat anumite decizii. Nu doare mâna să le puneți pe hârtie.



Resurse suplimentare

„Cum să pornești o companie startup” – un articol interesant, apărut în urma unei discuții la Harvard
<http://www.paulgraham.com/start.html>

Cazul de a investi într-o - și a fi o - startup condusă de femei

<https://www.forbes.com/sites/allysonkapin/2019/01/28/10-stats-that-build-the-case-for-investing-in-women-led-startups/#fc5ee3559d5f>

O listă de cursuri de afaceri pentru antreprenori dacă și când doriți să explorați mai departe.

<https://www.ryrob.com/online-business-courses/>

Rețeaua europeană de antreprenori migranți oferă evenimente și resurse online

<http://emen-project.eu/>

O listă cu resurse utile pentru femeile întreprinzătoare

<https://www.graphicsprings.com/blog/view/30-top-online-resources-for-female-entrepreneurs>

De ce aveți nevoie de un cofondator femeie și de diversitate de gen în compania dvs.

<https://yourstory.com/2016/05/need-for-woman-co-founder-startup>

Deși nu este o listă exhaustivă, de la pag. 46, acest raport oferă câteva indicii utile pentru o serie de surse de sprijin pentru migranți și minorități etnice din țările Europei.

Câteva cărți utile pentru a începe:

Săptămâna de lucru de 4

ore de Tim Ferriss

Lăsați-mi oamenii să meargă la surfing

de Yvon Chouinard (fondatorul companiei Patagonia)

The power of unreasonable people and how social entrepreneurs create markets that change the world

(Puterea oamenilor nerezonabili și modul în care antreprenorii sociali creează piețe care schimbă lumea)
de John Elkington și Pamela Hartigan

The Innovator's Dilemma (Dilema inovatorului)

de Clayton M. Christensen

Thrive (Prosperă)

de Arianna Huffington

Trup și suflet: Profits With Principles (Profituri cu principii)

de Anita Roddick

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

de Katty Kay

Start something that matters (Începe ceva ce merită)

de Joan Salge Blake

Hooked

de Nir Eyal

Cradle to Cradle:

Remaking the way we make things de Michael Braungart