

EAT JUST INC.: *FOOD TECH* E CARNE CULTIVADA PARA UM NOVO SISTEMA ALIMENTAR^{1, 2}

“A nossa missão é construir um sistema alimentar onde todos possam comer bem. Isso significa comer alimentos que nutram o nosso corpo, que fortaleçam o planeta e que tenham com um sabor excepcional para todos”³.

Eat Just Inc., 2017.

A Eat Just Inc. (que, até 2017, se chamava Hampton Creek) foi fundada em dezembro de 2011 por Josh Tetrick (o agora CEO) e Josh Balk⁴, amigos desde os anos da adolescência. Na altura, Balk ajudava as empresas alimentares a adotar práticas de bem-estar animal, incluindo a eliminação de gaiolas na criação de frangos. Tetrick ficou profundamente impressionado com o seu trabalho e os dois decidiram fundar a empresa com o objetivo de criar alimentos saudáveis, acessíveis, sustentáveis e deliciosos utilizando proteínas vegetais.

A *start-up* centrou-se no desenvolvimento de tecnologia de ponta a fim de formular novos alimentos cujo sabor, funcionalidade e propriedades nutricionais seriam semelhantes (ou mesmo melhores do que) os de origem animal, mas sem utilizar animais. Desta forma, ajudaria a satisfazer a crescente procura mundial de carne e de produtos animais (tais como ovos), aliviando ao mesmo tempo as consequências ambientais negativas da criação de gado e de outros problemas como o uso de antibióticos, doenças animais e doenças de origem alimentar.

A principal ferramenta tecnológica da Eat Just foi a *plataforma de descoberta de plantas*, um conjunto de processos, tecnologias e ferramentas de *software* que permitia analisar plantas a fim de isolar as suas proteínas e nutrientes, de medir e de testar as suas características moleculares e funcionalidades (tais como a gelificação, formação de

¹ Cenário da Divisão de Investigação de San Telmo Business School, Espanha. Preparado pelo professor José Antonio Boccherini Bogert da San Telmo Business School, para ser utilizado em aula e não como ilustração da gestão, adequada ou desadequada, de uma determinada situação.

Copyright © Abril 2022, Fundación San Telmo. Espanha.

Não é permitida a reprodução, total ou parcial, deste documento, nem o seu arquivo e/ou transmissão por qualquer forma ou por qualquer meio, seja eletrónico ou mecânico, por fotocópia ou registo por outros procedimentos, sem a autorização expressa e escrita de San Telmo Business School. Para solicitar cópias ou autorização para utilizar este estudo, é favor contactar o departamento de Edição de Cenários em +34 954 975 004 ou por correio eletrónico em casos@santelmo.org

² As fontes da Internet citadas foram consultadas entre 28 de Fevereiro de 2019 e 25 de Abril de 2019.

³ <https://medium.com/justforall/meat-and-seafood-but-without-the-animal-851c07b38759>.

⁴ Josh Balk era o vice-presidente da *The Humane Society of the US* (uma organização de proteção dos animais). Anteriormente trabalhou na *Compassion Over Killing* (uma organização que defendia a eliminação da agricultura industrial e que promovia uma dieta vegetariana).

espuma, arejamento, redução de açúcar, ligação de água ou de óleo ou emulsificação) e construir uma base de dados que podia ser consultada para encontrar os componentes vegetais com as propriedades necessárias para desenvolver um novo produto.

Esta foi o foco utilizado para desenvolver o JUST Egg, um substituto de ovos à base de plantas que a empresa lançou em 2018. A equipa identificou uma proteína no feijão mungo (uma leguminosa amplamente utilizada na Ásia, especialmente na Índia) que fazia o produto coalhar da mesma forma que um ovo.

Em 2019, a JUST Egg havia sido o último (até agora) de uma série de lançamentos com sucesso, em que o ovo foi substituído por uma proteína vegetal que proporcionava a mesma funcionalidade: a JUST Mayo e os molhos (utilizando ervilhas amarelas pela sua textura cremosa) e a massa para bolachas (com sorgo para criar humidade).

O passo seguinte (e o mais ambicioso até à data) foi a carne cultivada. A ideia era utilizar células estaminais extraídas de uma pena ou de uma amostra de tecido ou sangue de um animal e alimentá-las num laboratório para que proliferassem e formassem um pedaço de carne (carne real, não um substituto). O projeto foi um salto em frente na realização da visão dos fundadores: desenvolver um novo sistema alimentar que facilitasse que toda a população tivesse uma boa alimentação sem ter de abater ou confinar animais.

A visão e o caminho já estavam definidos, mas ainda havia questões e decisões a tomar. Os consumidores aceitariam carne cultivada ou iriam olhar para a mesma como *frankenfood*⁵? Como gerir o licenciamento regulamentar e os possíveis requisitos de rotulagem desfavoráveis? Como reagir ao *lobbying* dos setores que se sentissem ameaçados? Conseguiriam a Eat Just reduzir o custo da carne cultivada para a tornar comercialmente viável? Como atingir a escala necessária? Quais deveriam ser as estratégias de comunicação, marca, produção e distribuição?

O plano da Eat Just exigia fortes investimentos em tecnologia e I&D. Até à data, tinham assegurado um financiamento de 250 milhões de dólares, mas os investidores podiam rapidamente ficar impacientes, o sucesso era incerto e o cumprimento da visão no longo prazo exigia mais financiamento. Como angariar o financiamento necessário no futuro? E, por fim, qual era a estratégia no sentido de ser uma empresa rentável que perdurasse? Como construir uma vantagem competitiva sustentável num ecossistema em crescimento de *start-ups* de tecnologia alimentar que prometiam revolucionar a alimentação? Olhando para as concretizações dos últimos sete anos, ficou claro que, para Tetrick e a sua equipa, o sonho inicial já se tinha tornado um projeto sólido e promissor.

⁵ *Frankenfood* era um termo utilizado pelos detratores no sentido de denegrir os alimentos geneticamente modificados, sugerindo que estes não eram naturais e sim potencialmente nocivos.

JOSH TETRICK⁶ E EAT JUST INC.

"Quando se está a fazer algo novo, é preciso ter um mindset de principiante e abordar o mundo com a curiosidade de uma criança".

Josh Tetrick

Joshua Stephen Tetrick nasceu no dia 23 de março de 1980 em Birmingham, Alabama. *"Durante toda a minha juventude, preparei-me para ser jogador de futebol profissional e depois apercebi-me que talvez não fosse suficientemente bom para jogar na Liga Nacional de Futebol. Acabei por estudar Sociologia e Administração Pública em Cornell e, na verdade, não sabia o que queria fazer".*

Tetrick ganhou uma bolsa Fulbright para trabalhar na Nigéria e na África do Sul e, mais tarde, matriculou-se na Faculdade de Direito da Universidade de Michigan. Foi, então, que lhe foi diagnosticada uma cardiomiopatia hipertrófica, o que significava que já não podia jogar futebol. *"Quando penso em momentos da minha vida que foram absolutamente devastadores, este é um deles", afirmou.* Viajou para a Libéria a fim de ajudar a reformar a legislação sobre investimentos e trabalhou em campanhas para ajudar as crianças a regressarem à escola.

"Devido a essas experiências, apercebi-me de que queria focar-me em coisas de que o mundo realmente necessitava. Voltei aos EUA e falei longamente com o meu melhor amigo, Joshua Balk, sobre como usar o capitalismo a favor do bem, e ele falou-me da alimentação. E quanto mais ele me falava sobre o nosso sistema alimentar, mais eu ficava surpreendido com o quão prejudicial este é para o ambiente. Sou vegetariano desde os 21 anos por pelo que o Balk me falou sobre a criação dos animais"⁷.

O princípio

Estes velhos amigos começaram a colocar-se a questão: e se os alimentos processados não precisassem de ovos? Os ovos contribuem com propriedades importantes para um produto: estrutura, riqueza, cor e sabor. Ajudam a engrossar molhos e a maionese. Mas Balk pensou: *"Se ao menos houvesse um produto vegetal com o mesmo sabor e textura que os ovos normais e mais barato.... Há aí uma enorme oportunidade de mercado".*

E foi desta forma que Balk e Tetrick fundaram a Hampton Creek Foods em 2011. Sob a influencia do trabalho de Balk, a ideia inicial era *"criar um modelo que tornasse a indústria intensiva mundial de ovos completamente obsoleta"⁸.* De facto, o logotipo inicial da empresa retratava um ovo com uma planta no seu interior (Anexo 1).

⁶ A maior parte das notas biográficas foram extraídas de Wired (2016).

⁷ As citações não especificadas neste texto são declarações de Josh Tetrick.

⁸ Eat JUST foi muitas vezes descrita na imprensa como uma "start-up de substituição de ovos" (por exemplo, Forbes 2014).