



Belofloripa toont ondernemers de weg naar andere continenten

Met de verkiezing tot 'Den Jongen Beer' begin oktober kreeg Grace Keli de Aguilar Gomes voor het eerst wat bekendheid in haar thuisstad Brugge. Eerder plaatste ondernemerskrant De Tijd haar op plaats 17 in de top 50 van "durvers". Belofloripa begeleidt klanten in de richting van nieuwe, onontgonnen markten, met de klemtoon op Brazilië, het geboorteland van de zaakvoerster. "Na het WK voetbal en met de Olympische Spelen van 2016 in Rio in het vooruitzicht zien we enorm veel opportuniteiten voor Belgische bedrijven die daar willen investeren. Net als in mijn eigen leven is kans afdwingen én ze grijpen de basis van ondernemen."

Grace Keli de Aguilar Gomes is niet alleen een spraakwaterfall. Haar levensverhaal leest ook als een *page-turner* die op donkere herfst dagen bij het haardvuur doet wegdromen naar zomerse, Braziliaanse stranden. Al op haar 16e trok ze naar de universiteit, zes jaar later studeerde ze af en ging ze aan de slag. Twee jobs tegelijk bewijzen de gretigheid van de duizendpoot. "Ik werd onderzoeker aan de universiteit en was voor een Amerikaans bedrijf *counselor* voor investeringen in Brazilië. Velen verklaarden mij gek toen ik in 2000 alles opgaf om de liefde te volgen naar België. Maar ik leerde Nederlands aan de UGent en solliciteerde bij 170 bedrijven die potentieel hadden om in Brazilië te investeren. Zo kwam ik bij Katoen Natie terecht. Ik mocht er als export & quality manager advies geven over alle projecten in Brazilië en ook in andere landen."

Na acht jaar Katoen Natie bleek het tijd voor een nieuwe drastische wending. Grace Keli de Aguilar Gomes: "De *blue ocean strategy* opende mijn ogen. Ik begon me af te vragen welke nieuwe vraag ik met al mijn ervaring kon creëren. Grote bedrijven, die veel geld en veel mensen kunnen inzetten, bleken toch moeite te hebben met internationalisering. En waarom? Omdat ze er niet in slagen alle aspecten ervan op mekaar af te stemmen. Dat betekende de start van Belofloripa. We begeleiden, coachen en adviseren onze klanten op nieuwe, onontgonnen markten en overstijgen daarbij zakelijke, geografische, praktische, culturele en douanegrenzen. We zijn actief in de USA, Canada, Mexico,

GRACE KELI DE AGUILAR GOMES:
**"WE HULDIGEN EEN
 360°-BENADERING, MAAR DIE
 VERRIJKEN WIJ MET EEN EXTRA
 GRAAD: ONZE PASSIE VOOR
 INTERNATIONALISEREN."**

Singapore en Thailand, maar onze belangrijkste markt is Brazilië, waar we in Rio de Janeiro ook ons tweede kantoor hebben. Het is een immens land met enorme contrasten. Net daardoor zijn er heel veel ondernemerskansen. Onze heel uitgebreide kennis van zowel de Braziliaanse als de Europese markt maakt ons de ideale bruggenbouwer tussen ondernemers op de beide continenten."

Belofloripa investeert enorm veel tijd in het leren kennen van het product. Daarna worden de slaagkansen geanalyseerd door de 7 Belgische en de 24 Braziliaanse medewerkers. Pas dan beslist de klant of er wordt samengewerkt. Een aanpak die blijkt te werken. "Van de 170 bedrijven op de lijst die ik in 2000 maakte, zijn er ondertussen heel wat klant geworden. Niet alleen Katoen Natie maar bijvoorbeeld ook Unilin dat een joint venture had in Brazilië, maar door douaneprieken zijn producten niet aan de man kon brengen. Wij hebben dan hun hele logistiek in handen genomen. Maar we werken niet enkel voor de grote spelers. Ook bedrijven die een goed product hebben maar over te weinig middelen en slagkracht beschikken om bijvoorbeeld de invoer- en registratieprocedures te regelen kunnen bij ons terecht. Over enkele maanden starten we in Brazilië met een tweede bedrijf dat de consultancy overstijgt en echt een structuur biedt die onze klanten kunnen gebruiken om die markt te betreden. We huldigen een 360°-benadering van kennis en professionaliteit, maar die verrijken wij met een extra graad: onze passie voor internationaliseren. Grote veranderingen in het leven, zeker in het mijne, ontstaan immers als je je passie volgt", besluit Grace Keli de Aguilar Gomes. (SD - Foto MVN)