100% aftrekbaar

Titel: **Van factuur tot aangifte**
Auteur: **Hans Pieters**
ISBN: **978 90 00 31581 9**
Prijs: **€ 14,99**

Voor zowel startende als ervaren ondernemers is het van belang de administratie altijd op orde te houden. Bij de belastingaangifte is genoeg te halen als je de weg kent. *Van factuur tot aangifte* biedt een praktische, laagdrempelige leidraad voor het opzetten van de boekhouding tot en met de belastingaangifte.

'Aan de hand van zijn eigen ervaringen als ondernemer neemt Hans Pieters je mee in de "saaie" wereld van financiën voor de MKB-ondernemer.'
Jacqueline Zuidweg, zakenvrouw van het Jaar 2012, directeur Zuidweg & Partners.

'Niets mooier dan een boek over hoe je beter kunt worden in ondernemen. Goed initiatief!'
Maarten Zemann, directeur MKB Adviseurs.

'Ondernemen is niet moeilijk, het zijn alleen heel veel dingen waar je aan moet denken. Het boek biedt grote herkenning in de praktische ervaringen die voorbijkomen.'
Toon Buddingh, incubatormanager/investeerder.

www.unieboekspectrum.nl

In het spoor van 's lands grootste handelsmissie

Hoe vruchtbaar is Brazilië?

Brazilië is populair, ook onder buitenlandse investeerders. De Zaak toog in het spoor van de grootste Nederlandse handelsmissie ooit naar Rio de Janeiro. Vraag aan vier Nederlandse ondernemers ter plekke: is er (goed) geld te verdienen in het land van voetbal, strand en carnaval?

TEKST: HANS VELTMEIJER

Decennialang stond Brazilië bekend als 'de slapende reus'. De enorme oppervlakte, natuurlijke rijkdommen en bevolking wilden maar niet leiden tot die gedroomde economische grootmacht. Tot deze eeuw. Een stabiele munt en een vaste, sociaal-liberale regeringskoers sinds midden jaren negentig hebben het grootste land van Latijns-Amerika inmiddels geleid naar de positie van zesde economie ter wereld. Waar landen in Europa alle zeilen bijzetten om economische recessies binnen de perken te houden, is voor Brazilië een sterkere groei voorspeld. De organisatie van het WK voetbal (2014) en de Olympische Spelen (2016) hebben een katalyserende werking. Ineens is het land 'hot' in Nederland. Ook ondernemers richten hun ogen op deze verre exotische markt van bijna tweehonderd miljoen mensen. De handelsmissie in november vorig jaar was met honderdzeventig deelnemers de grootste Nederlandse handelsreis ooit.
Ton van Hoorn was erbij. Hij onderneemt sinds 1988 in Brazilië. Over de kansen voor Nederlandse ondernemers zegt hij: "Je moet de mentaliteit van hier adopteren en de opleiding en ervaring uit Europa meenemen, in combinatie met een goede lokale partner." >>>

FOTOGRAFIE: HANS VELTMEIJER

Shirley en Elie Sinteur

Ton van Hoorn

Hans Blankenburgh

Robert Vreugdenhil

>>> Ondernemer Elie Sinteur kan zich daar wel in vinden, mét een klein voorbehoud. Sinteur: “De mentaliteit van hier verschilt sterk per regio. In het zuiden sluiten de Europese wortels van de bevolking en het koelere klimaat aardig aan bij de mores van de Nederlandse ondernemer. Maar vanaf Rio de Janeiro noordwaarts gaat het er heel wat losser aan toe. Je moet je vooral niet ergeren als mensen te laat komen. Dat gedrag kun je niet veranderen.”
Sinteur drijft sinds drie jaar de Pousada do Holandês, prachtig gelegen op een bergrug van een stuk Atlantisch regenwoud in het kustoord Itaipuaçu, een uurtje rijden ten oosten van Rio de Janeiro.
“De mensen bellen hier ook vooraf om te weten of een afspraak nog doorgaat”, zegt hij in het restaurant met panoramisch uitzicht waar zijn Braziliaanse vrouw Shirley de scepter in de keuken zwaait. “En deze week was mijn pizzabakker voor het eerst eens op tijd, zelfs vierentwintig uur te vroeg. Hij had zich in de dag vergist!” Zelf past hij zich aan: “Als ik een dag naar het strand wil, dan ga ik.”

COACHING

Sinteur laat zich coachen door de in de buurt wonende Ton van Hoorn. Zo verhoogde hij op diens advies de prijzen naar Nederlands niveau en krikte de kwaliteit op, waardoor een rijkere (Braziliaanse) doelgroep werd aangeboord. Daarnaast vernieuwde hij de menukaart en merkte dat ook culinaire innovaties een lange adem hebben in Brazilië. “De reacties zijn nu leuk, maar als je alleen maar Thais eten hebt, komt er niemand.”
Van Hoorn zelf heeft een stapje terug gedaan en ziet vanuit een adviserende rol zijn zoon in São Paulo het bedrijf Multivac leiden, een marktleider in aluminium flexibele slangen, met 35 medewerkers. Ook staat hij op het punt zijn recenter opgezette bedrijf in glutenvrij aardappelmeel in het zuidelijke Porto Alegre, Crispy Frenz, te verkopen. Hij nuanceert de huidige juichstemming. “Brazilië is al wat over de top heen. De mensen lenen nu massaal om huizen, auto's en luxe goederen te kopen, terwijl de rente enorm hoog is. De bubbel gaat ook hier een keer barsten.”
Dat kan echter nog jaren duren, gezien de toenemende welvaart van de arme bevolking en de nog lang niet complete middenklasse. Daar komt nog bij dat Brazilië niet zo afhankelijk is van de wereldeconomie als bijvoorbeeld Nederland. Het geld wordt vooral in eigen land verdiend.

VER-VAN-MIJN-BEDSHOW

Hans Blankenburgh is net opgedroogd van een duik in de oceaan wanneer hij aanschuift op het terras van een lunchroom in Ipanema, een wijk op stand in de ‘zona sul’ van Rio de Janeiro. Hij begint aan zijn tweede leven als ondernemer in Brazilië. Met het in Nederland geregistreerde bedrijf Mos Vestis produceert en verkoopt hij high-end dames- en kindermode. De ontwerpen zijn van zijn Braziliaanse vrouw Katia Wille, voorheen fashion designer voor Tommy Hilfiger. “De meeste Nederlandse ondernemers hebben hier al een voetje aan de grond, een culturele link”, stelt hij. “Anders is het toch een ver-van-mijn-bedshow.”
Zijn eerste avontuur begon in 2002. “Dat beginjaar had ik volgepland met netwerken tijdens borrels en feestjes”, herinnert hij zich. Via dat netwerk kreeg hij ook zijn eerste order, waarna het snel ging. Te snel. In 2007 zag hij zich met 125 werknemers in dienst genoodzaakt een confectiefabriek in Belo Horizonte over te nemen, om schaal te creëren voor verdere groei. Het liep spaak, vooral vanwege de steeds hogere productiekosten en verdekte belastingen en personeelskosten die jaren later ineens opdoken (de beruchte ‘custo Brasil’).
Zijn lessen geleerd, pakt hij het nu ‘*lean and mean*’ aan. De productie van de veelal zijden kledingstukken heeft hij verspreid over China, Italië en Brazilië, de bedrukking is digitaal en de tussenhandel eruit geknipt. Vanuit een klein business center voor Nederlandse bedrijven in Copacabana levert hij rechtstreeks aan de klanten, multibrand stores. “Wij hebben nu een stevige basis. Zomaar even beginnen in Brazilië is geen goed idee. Je moet je degelijk laten informeren en present zijn in São Paulo en Rio.”
Sinds de olievondsten voor de kust en de grote overheidsinvesteringen in verband met de Olympische Spelen neemt het economische belang van Rio de Janeiro toe. Blankenburgh: “Kijk daarbij uit, want er zijn veel Nederlanders die graag in Rio zijn en zich voordoen als consultant. Maar hun inhoudelijke kennis valt tegen.”
Een lokale partner acht hij voor nieuwkomers daarom ook onontbeerlijk. En het liefst via een joint venture.
“Je kunt dan meeliften op het distributiekanaal en de productie van de partner. Jij komt met het idee. Vanwege de hoge innovatiegraad van het Nederlandse mkb liggen er veel mogelijkheden, vooral voor bedrijven met technologische oplossingen.”
Aan echt goed geschoold personeel schort het in Brazilië net zo als aan innovatieve bedrijven. “Maar als je Brazilianen de mogelijkheden en opleidingen geeft, verrichten ze wonderen”, weet Ton van Hoorn. “Onze meest efficiënte fabriek stond in Brazilië.”
Nadat hij bij zijn eerste bezoek ‘gelijk verliefd werd’ op het land, stroopte hij vakbeurzen af, ‘om met de markt in contact te komen’. Hij vond op die wijze een zakelijk partner met wie hij een joint venture aanging en een fabriek opzette. Die compagnon wees hem de weg langs vele valkuilen. Zoals de bureaucratie, tientallen verschillende belastingen en het arbeidsrecht. “Werknemers zijn hier zeer goed beschermd en als ondernemer ben je doorgaans hoofdelijk aansprakelijk. Daar kun je op leeglopen.”

WAT GEBEURT HIER?

Tijd, geld, geduld en Portugees spreken zijn nodig om kans van slagen te hebben in Brazilië, benadrukt ook Robert Vreugdenhil. Deze initiator van de laatste handelsmissie startte in 2008 een bedrijf in het centrum van São Paulo, de motor van de economie met achttien miljoen inwoners, waarvan 165.000 miljonairs. “Wat gebeurt hier”, vroeg hij zich af toen hij het land voor het eerst bezocht en het grootschalige consumentisme en de rijkdom aanschouwde.
“Als jachtmakelaar in Nederland was mijn gezichtsveld breder. Ik zag de luxury-markt instorten in Europa en naar Brazilië toe bewegen. Maar de Nederlandse kwaliteit was hier nog niet bekend. Dus daarop heb ik de branding gericht: op kwaliteit en vakmanschap.”
Anderhalf jaar nam hij de tijd om de markt in kaart te brengen en contacten te leggen. “Ondernemen is hier ook een gevoel. Je moet heel veel afspreken om een persoonlijke band op te bouwen. Dan word je ook bij anderen geïntroduceerd. En zakendoen in het Portugees opent zoveel deuren. Als je snel en gemakkelijk succes nastreeft, kan het een fiasco worden.”

BORRELEN EN BARBECUEN

Met behulp van sales partners in andere steden plukt Vreugdenhil langzamerhand de vruchten van de lange aanloop. Ondertussen organiseert hij seminars en exposities van authentieke Nederlandse schepen en genereert hij veel media-aandacht voor de Nederlandse jachtbouw. Hij hoopt dat in het spoor van de handelsmissie meer branchegenoten actief worden in Brazilië. “Dan is samenwerking essentieel. Marketingtechnisch is het al klaar. Met z’n allen moeten we de Nederlandse kwaliteit blijven positioneren.”
Ondernemers die met de tijd steeds hoopvoller aan het borrelen en het barbecuen zijn met potentiële partners of klanten, moeten uitkijken niet in een andere valkuil te tuimelen. “Brazilianen zijn enthousiast omdat ze enthousiast zijn. Niet omdat ze zaken met je willen doen. Dat kan dus verkeerd overkomen.”
Ook wijst Vreugdenhil op de fatale uitwerking van onze zelfgeprezen nuchterheid en directe manier van communiceren. “Je moet bijvoorbeeld nooit meteen tot zaken willen komen. En word nooit boos. Wat wij open en eerlijk noemen kan als grof en beledigend overkomen.”
En Brazilianen zeggen nooit ‘nee’, weet Hans Blankenburgh. “Als zaken plots stilliggen is er wat aan de hand. Je moet daarom in het informele circuit op de hoogte blijven van de verborgen agenda’s.”
Borrelen maar weer dus. Op uw gezondheid, ofwel ‘saúde’!

BRAZILIAANSE DO’S & DON’TS

- Leer Portugees
- Zoek betrouwbare lokale partner, liefst via een joint venture
- Houd contact persoonlijk (alleen e-mailen werkt niet)
- Schakel regelmannetjes in, maar wees beducht voor corruptie
- Beheers uzelf (niet te direct!)
- Wees geduldig
- Investeer in een goed netwerk
- Win degelijk fiscaal en juridisch advies in
- Betaal cash en krijg hoge kortingen (15%)
- Leen geen geld in Brazilië
- Houd vast aan uw concept

DE CIJFERS

Bevolking: 195 miljoen
Oppervlakte: 8.514.877 km²
228 x Nederland)
Import uit Nederland:
1,8 miljard euro (2010)
Export naar Nederland:
4,4 miljard euro (2010)
Economische groei:
2% (2012), 4% (2013)
Simpel handel drijven index:
positie 126 (van 183 landen)
Werkloosheid: 5,8 % (2013)
Inflatie: 6% (2013)
Munt: 1 reaal =
0,37 euro (januari 2013)
(Bronnen: o.a. MKB Servicedesk, Dun & Bradstreet)

mijn passie is ondernemen

De Week van de Ondernemer. Al jarenlang het grootste en best gewaardeerde ondernemersevent van Nederland. Ook dit jaar presenteren wij u een prachtig programma met inspirerende gasten en topsprekers. Daarnaast worden er drie thema's uitgelicht die essentieel zijn voor succesvol ondernemen; **innovatie**, **internationaal ondernemen** en **bedrijfsfinanciering**. Over deze en andere relevante ondernemersthema's kunt u sessies en workshops bijwonen, zich laten adviseren door specialisten en in contact komen met mensen die u verder kunnen helpen.

Schrijf u nu in op **weekvandeondernemer.nl**

Met medewerking van Eva Jinek, **John Fentener van Vlissingen**, Joep van Deudekom, Jan Peter Balkenende, Humberto Tan, minister Henk Kamp, **Henny Westland**, Marc Sluszny, Jelle Brandt Corstius, Richard Wagenmakers, Ruud Hendriks, Jan van Setten, **Annemarie van Gaal**, Danny Mekić, Jim Stolze, **Claire Boonstra**, Rudy Moenaert, Cees Vermaas, Ronnie Overgoor, Wouter Bos, **Roland Kahn**, Hans Biesheuvel, Ruud van Dusschoten, **Ruud Koornstra**, Pieter Klaas Jagersma, **Michiel Alting von Geusau**.

Kijk voor alle sprekers en het complete programma op
weekvandeondernemer.nl

week van de ondernemer

8 t/m 11 april 2013, Beatrix Theater Jaarbeurs Utrecht

ING

MKB Nederland

KPMG cutting through complexity · Essent levert. · TNT express · exact · upc business · Ziggo zakelijk · TNO innovation for life · NYSE EURONEXT · de baak · RICOH