

Peruaans familiebedrijf speelt in op gezondheidshype

TEKST HELEEN BLOM BEELD RONALD DE HOMMEL



"Blijf doen waar je goed in bent"

Wie: Claudia Judith Gonzales Valdivieso

Waar: Lima, Peru

Wat: Industrias Sisa

Core business: sacha-inchi olie, 100 procent organische snacks, tapenade en sauzen

Personeel: acht vaste werknemers op het platteland, zes in Lima voor administratie en verkoop, veertien seizoensgebonden medewerkers

Jaaromzet: 242.367 euro (2008)

Inspiratie: "Blijf doen waar je goed in bent. Houd dat vast en kijk waar je nóg beter in kunt worden. Mijn droom voor de toekomst is nieuwe markten aan te boren in het buitenland waar ons product nog onbekend is."

Gezondheidseffecten

Het product sacha-inchi olie vraagt om enige uitleg. De naam stamt uit het Quechua. Dat is de taal van de Inca's, de oorspronkelijke inwoners van Peru. De door Industrias Sisa geproduceerde olie is afkomstig van de noten van de sacha-inchi struik, is zuiver plantaardig en vrij van kleurstoffen en conserveringsmiddelen. Daarnaast bevat de olie een grote dosis omega-3, -6 en -9 vetzuren, waar belangrijke gezondheidseffecten aan worden toegeschreven. Er bestaan in Peru meerdere bedrijven die sacha-inchi olie op de markt brengen, maar Industrias Sisa onderscheidt zich met de snacks, tapenade en sauzen.

Succesformule

Het was altijd de droom van José Tomas om een familiebedrijf te beginnen. In 2006 was het eindelijk zover en richtte hij samen met zijn twee dochters en zoon het bedrijf Industrias Sisa op. Volgens dochter Claudia is de duidelijke taakverdeling binnen de familie de succesformule van het bedrijf: "Ik houd mij bezig met administratie en logistiek. Mijn zus Juliana onderhoudt de contacten met de boeren op het platteland en mijn broer Stefano doet de verkoop en marketing. De kwaliteit van het product wordt bewaakt door de jarenlange ervaring van mijn vader."

Netwerk

"Ons bedrijf is klein begonnen via het eigen netwerk van onze familie", vertelt Claudia. "De eerste klanten waren biologische winkels en hotels, maar al snel kregen we ondersteuning vanuit Promperu." Dit is een organisatie van het Peruaanse ministerie

van economische zaken ter bevordering van internationale handel. Promperu opende de deur naar nationale en internationale beurzen. "Zo kwamen onze producten in de grotere supermarkten te liggen. Het was de start van export naar de VS en, in kleinere hoeveelheden, naar Azië en Europa."

Gezondheidshype

Afgelopen najaar was Claudia met een handelsmissie in Nederland. De missie werd georganiseerd door Stichting Yente, een organisatie die zich inzet voor het zichtbaar maken en versterken van vrouwelijk ondernemerschap. "Dankzij deze reis kon ik contacten leggen met potentiële Nederlandse handelspartners én beter inzicht krijgen in de Europese markt", vertelt Claudia. "Mijn eerste indruk is dat Nederlanders zich meer bezighouden met de gezondheidshype dan Zuid-Amerikanen. Deze trend, in combinatie met een hogere levensstandaard, zou kansen moeten bieden voor duurzame, luxe producten zoals de sacha-inchi snacks, noten en tapenade." Claudia heeft op dit moment nog contact met twee bedrijven die zij in Nederland heeft ontmoet. "We zijn nog in een verkennende fase van marktonderzoek, maar er zijn serieuze plannen voor de toekomst."

Organisch

Industrias Sisa wil in de toekomst volledig organisch produceren, maar dit lukt nog niet voor alle producten. Claudia geeft aan waarom: "De kennis over organische certificering is bij de boeren vaak nog zeer beperkt. Wij hebben met Industrias Sisa het heft in eigen hand genomen. Boeren krijgen training hoe zij hun land op een duurzamere manier kunnen bewerken."