

# CARGILL

Haberler



Marka  
Güveni  
Mimarları





## EDİTÖR

04 Yeni yıla yeni vizyon ile başlarken...

## AKTÜEL

05 Cargill ve Manpower, gençler için bir arada

Sokaktaki dostlarımızı da unutmadık!

06 Eğitimde iş birliği protokolü imzalandı

TİDER'den plaket

## DÜNYADAN

07 İşletme atıklarından ekolojik üretime

Cargill ONE açıldı

08 Feeding America'ya 3 yıllık fon desteği

Gerken® inovasyonunun yeni rengi:  
Yoğun Koyu Kırmızı

## İÇİMİZDEN BİRİ

09 Cem Beysel

## GÜNCEL

13 Kakao ve Çikolatada Yeni Trendler

## KAPAK

15 Marka Güveni Mimarları

## GÜNDEM

21 Mumbai (Bombay)

23 Beyaz Fırın

## İNSAN KAYNAKLARI

27 Cargill Yönetici Yetiştirme Programları

31 İş Dünyasının Eşitlik Paradigması

## KSS

33 Cargill Vakfı (Cargill Foundation)

Cargill Tarım ve Gıda San.  
Tic. A.Ş. Adına Sahibi ve  
Yayın Müdürü

Dr. Ediz Aksoy

Yazı İşleri Müdürü

Songül Yılgin

songul\_aras@cargill.com

Yayın Ekibi

Cenan Celebci

Yönetim Yeri

Barbaros Mah. Kardelen Sok.  
Resepsiyon Lobi Apt.

No: 2/4-5-6-7

34746 Ataşehir

İstanbul-TÜRKİYE

tel: 0 216 554 18 00

faks: 0 216 651 24 17

Baskı

Print Center

Sultan Selim Mahallesi

Libadiye Sokak No:3

34416 - 4.Levent / İSTANBUL

tel:0 212 371 0 300

faks:0 212 280 96 04

Yayın Türü

Yaygın, Süreli

Yayın Tarihi

15 Mart 2017

## Gelecekte sorumluyuz!..

Güvenli - Verimli – Sertifikalı – Sürdürülebilir Üretim

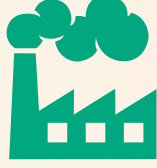


### Enerji & Su Yönetimi

2020 hedefimiz; Enerji tüketimi, su tüketimi ve sera gazı emisyonlarında %5 iyileşme sağlamak.  
ISO 50001 Enerji Yönetim Sistemi standardı ile çalışıyoruz.  
Enerji ve su takibinde online sistemler kullanıyoruz.  
Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı - EVET (Enerji Verimli Endüstriyel Tesis) Ödülü (2008)

### Projeler

Kojenerasyon projesi ile karbon salınımında %15 azalma,  
2010-2015 yılları arasında elektrik tüketiminde **2.100.000 kW** iyileşme,  
Doğalgaz tüketiminde **1.700.000 sm<sup>3</sup>** iyileşme,  
Su kullanımında **300.000 m<sup>3</sup>** tasarruf sağlandı.  
2015 Yılı Tamamlanan Enerji Verimliliği Projesi: **600.000 \$**  
2016-2017 Yılı Planlanan Enerji Verimliliği Projesi: **1.000.000 \$**



### 2015 Yılı Tamamlanan Projeler

Glikoz Karbon Kolon Ön Isıtma  
Buhar Ejektörleri Yerine Vakum Pompası Uygulaması  
Kazan Besi Suyu Konfigürasyonunun Değiştirilmesi  
Glikoz Flash Cooler Flaş Buharının Fruktoz Evaporatörde Değerlendirilmesi  
İst Karışım Eşanjörlerinin Optimizasyonu  
Tanker Yıkama Buhar Tasarrufu



### 2017 Yılı Tamamlanacak Projeler

Kazan Giriş Havaısı Isıtılması  
Kojenerasyon Bacası İst Geri Kazanımı & Nişasta Kurutucu Ön Isıtma



11 kategori, 28 konu,  
395 Sürdürülebilir iyileştirme projesi

5000 dekar alan, 6000 ton,  
Sözleşmeli, Sertifikalı, Sürdürülebilir MISIR üretimi



Sertifikalı, Güvenilir, Sürdürülebilir Üretim  
ISCC EU Certificate



Daha Temiz Tarım,  
Daha İyi Bir Dünya,  
Daha Mutlu Sürdürülebilir Bir Gelecek...

Dünyanın güvenli,  
sorumlu ve  
sürdürülebilir  
bir şekilde  
beslenmesi için  
çalışıyoruz.

**Cargill**<sup>®</sup>

# Yeni yıla yeni vizyon ile başlarken...

## Editör

Dünya; bu yeni yıla, belki de her yeni yıldan daha hızlı ve daha değişmiş dengeler ile merhaba dedi. Teknolojiden gıdaya, sağlıktan sosyal yaşama hemen her alanda önce bireysel sonra da toplumsal öncelikler değişti. Öyle ki dünya tarihine damga vuran son dönemin gelişmeleri ülkeleri ve ülkelerin ekonomi dinamiklerini dahi değiştirdi. Değişimin yansımaları ise ülkeler arası ticareti etkilerken, küresel aktörleri yeni oyun planları yapmaya zorladı.

Uzun vadeli planlar yapan ve proaktif bir şirket olan Cargill 2017'yi "Dünya değişiyor Cargill de değişiyor" mottosu ile karşılarken yeni yıl ile birlikte revize edilen vizyon – misyon ve başarı kriterlerini açıkladı.

**Amacımız:** Dünyanın güvenli, sorumlu ve sürdürülebilir bir şekilde beslenmesinde lider olmak.

**Vizyonumuz:** Tarım, gıda ve beslenme alanlarında en güvenilir iş ortağı olmak.

**Başarı kriterlerimiz:** Müşterilerin bizi tercih etmesi, çalışanların bizi seçmesi, içinde bulunduğumuz toplumla bütünleşme ve büyümek için kârlılık.

Cargill, yıllar içerisinde insanları beslemekten dünyayı beslemeye yönelen geniş perspektifini ürün ve hizmet kalitesi ile birleştirdi. 151 yıldır dünyanın en büyük aile şirketi olarak faaliyetlerini yürüten Cargill'in yönetiminde aileden birilerinin olmayışı; "Nasıl bu kadar süre ayakta kalabilmiş?" sorusunu akla getirse de cevabını bulmak çok da zor olmuyor. Kendi içinde her döneme damgasını vurmuş doğru yöneticilerle her daim bir değişim ve gelişim gösteren şirketin en büyük avantajı vizyoner çalışanları ve şirketin etik değerleri.

Gözlem, yenilikçilik ve güçlü analiz metotlarının son derece etkin olduğu şirkette her 3 aylık periyotta yayınlanan raporlar ile şeffaflık ilkesi de uygulama buluyor. Son mali raporda Cargill Başkanı ve CEO'su David MacLennan, sonuçlara ilişkin değerlendirmesinde, "İşletmelerimizin, dünyanın farklı yerlerindeki ekiplerimizin sıkı çalışması ve özverisi sayesinde sergilediği iyi performans bize güç veriyor. Artan kârlılığımız, aradığımız geniş ölçekli yapısal gelişmeleri başardığımız yönünde bize güven veriyor." ifadelerini kullanıyor.

Cargill'in tüm segmentlerde yakaladığı büyümenin altında yatan temel unsurlardan birisi de inovasyona yapılan yatırımların çıktısı olan inovatif ürünler...

MacLennan, "Müşterilerimizin dünyayı beslemesine yardımcı olan sürdürülebilir çözümler sunarak; gıda, tarım ve beslenme alanında en güvenilir ortak olmayı hedefliyoruz. Mümkün olanın sınırlarını ilerletmek için en yetenekli kişileri ve birinci sınıf tesisleri bir araya getiriyoruz." diyor.

Pozitif değişimlerin yaşanacağı güzel bir yıl dileklerimiz ile Cargill'deki son 3 aylık gelişmelerin yer aldığı dergimizin bu sayısını keyifle okumanız dileğiyle....



### Cargill ve Manpower, gençler için bir arada

Özel Sektör Gönüllüleri Derneği'nin (ÖSGD) Meslek Lisesi Koçları Programının en proaktif uygulaması Özgeçmiş Hazırlama ve Mülakat Teknikleri eğitimi konusunda, Cargill İnsan Kaynakları ve Manpower Türkiye gönüllü koçlara destek oluyorlar. Öğrenciler, daha profesyonel bir yaklaşımla, özgeçmiş hazırlamanın püf noktalarını örnekler üzerinden öğrenirken, birebir mülakat provalarında da heyecanlarını yenmeyi ve nasıl iş görüşmesi yapacaklarını deneyimliyorlar.

Dilek Sabancı Meslek Lisesi 11. sınıf öğrencileri, program koçları Cargill İnsan kaynakları ve Manpower çalışanları ile okulun yenilenen konferans salonunda bir araya geldiler. İki oturumda gerçekleşen eğitimin ilk bölümünde özgeçmiş hazırlama üzerine teorik bilgiler alan öğrenciler, yanlarında getirdikleri kendi hazırladıkları özgeçmişlerini de gözden geçirdiler.

Manpower sunumları eşliğinde geçen ilk bölümün ardından ikinci oturumda öğrenciler, iş görüşmesi konularını uygulamalı olarak işlediler. Öğrenciler, 17 Ocak'ta gerçekleşen buluşmadan oldukça memnun ayrıldılar.

Bursa'daki meslek lisesi öğrencileri ise aynı eğitimi İstanbul Ataşehir'deki Cargill Merkez Ofisi'nde aldılar. Cargill Ofis'teki kahvaltıdan sonra koçlarıyla, Manpower çalışanları ve Cargill İK çalışanı Tuğçe Karabulut ile programlarını tamamladılar. Öğrenciler, öğle yemeğinin ardından hem koçlarının hem de Cargill Hukuk departmanının desteğiyle İş Etiği eğitimlerini de aldılar.

Son derece verimli, bir o kadar da yorucu geçen günün ardından öğrenciler, hem organizasyon için koçlarına hem de Cargill Merkez Ofis çalışanlarının misafirperverliğine teşekkür ederek Cargill'den ayrıldılar.



### Sokaktaki dostlarımızı da unutmadık!

**Cargill, kış mevsiminin iyiden iyiye kendini hissettirdiği, yoğun kar yağışı ve soğukların hüküm sürdüğü günlerde hayvanseverlerle el ele sokak hayvanlarının da imdadına yetişti. Sokak hayvanları için temin edilen kedi ve köpek mamaları, hayvan dostlarına ulaştırıldı.**

Cargill Mısır İşleme Tesisi'nin bulunduğu Bursa'nın Orhangazi ilçesinde hayvanseverlerin "Sokağındaki hayvana sahip çık" çağrısıyla, sokak hayvanlarının kışın açlıktan ölmemesi için yürütülen projede, sokak sokak dolaşan hayvanseverler, kedi ve köpeklere mama vererek, onları beslediler.

Proje kapsamında, hayvanlar için ihtiyaç duyulan mamaların temini konusunda hayvanseverlerin çağrısına kulak veren Cargill, 10 çuval kedi ve köpek maması tedarik etti.

Hayvanseverler, sokaklardaki kedi ve köpekler için mama desteğinde bulunan Cargill'e teşekkür ettiler.

Cargill gibi ilçedeki diğer sanayi kuruluşlarından da destek isteyen hayvanseverlerin bundan sonraki hedefi; sokaklarda yaşayan kedi ve köpeklerin yağıştan ve soğuktan korunabilecekleri, güvenle barınabilecekleri yuvalar yapmak...





### Eğitimde iş birliği protokolü imzalandı

Faaliyet gösterdiği toplumların gelişimleri için eğitim alanındaki desteklerini sürdüren Cargill, Orhangazi Kaymakamlığı öncülüğünde başlatılan 'Mesleki ve Teknik Eğitim Okul Yönetim Kurulu Çalışmaları İş Birliği Protokolü'ne imza attı.

Orhangazi İlçe Milli Eğitim Müdürü Hüseyin Karatosun'un, Şube Müdürü Cengiz Tosun ve Özel Büro Çalışanları Semih Omaç ve Cemil Marangozoğlu ile birlikte, Cargill Orhangazi Fabrika Sorumlu Müdürü Cenan Celebci ve İnsan Kaynakları Müdürü Serdar Özgenlik'i ziyaretlerinde, iş birliği protokolü imzalandı.

İl/ilçe milli eğitim müdürlükleri, mesleki ve teknik ortaöğretim kurumu müdürlükleri, sektör ve meslek kuruluşları, yerel yönetim ve ilgili kamu kurum ve kuruluş temsilcilerinin katılımıyla, mesleki ve teknik eğitim ile ilgili konuların ve sorunların ele alınarak çözüm önerilerinin geliştirileceği bir platformun oluşturulmasını öngören protokol ile şunlar amaçlanıyor:

- Mesleki ve teknik eğitim alanında taraflar arasındaki iş birliğini artırmak ve sürekli hale getirmek,
- İl/ilçe genelindeki mesleki ve teknik ortaöğretim kurumlarında açılacak veya kapatılacak meslek alanı ve dallarının yerel iş piyasası ihtiyaçları doğrultusunda, sektörle iş birliği yapılarak belirlenmesini sağlamak,
- Mesleki ve teknik eğitim öğrencilerinin sosyal, bilimsel, kültürel, sanatsal ve sportif etkinlikleri ile mesleki ve teknik eğitim alanında düzenlenecek yarışmaları desteklemek,
- Mesleki ve teknik eğitim öğrencilerinin meslek ahlakı ve ahilik değerlerine sahip olarak yetiştirilmelerinde tarafların desteğini almak, bu doğrultuda taraflar ile iş birliği yapılarak meslek alanlarına göre ahilik kültürüne uygun mezuniyet programları düzenlemek,
- Sektörle etkili iş birliği yapan mesleki ve teknik ortaöğretim kurumu yöneticileri ve öğretmenleri ile başarılı öğrencileri teşvik edici faaliyetlerde bulunmak.



### TİDER'den plaket

**38. İstanbul Maratonu'na Temel İhtiyaç Derneği (TİDER) yararına kurumsal olarak katılan Cargill, TİDER-Maltepe Destek Market ev sahipliğinde "yeni yıla merhaba" buluşmasına gönüllü çalışanları ve Cargill koşucuları ile katıldı.**

Temel İhtiyaç Derneği (TİDER) İstanbul'daki 2. Destek Market'in açılabilmesi için 38. İstanbul Maratonu'na kurumsal katılım göstererek destek veren ve 120 bin TL'ye yakın bağış toplanmasına vesile olan şirketlere teşekkür programı düzenledi. Ocak ayında Maltepe Destek Market içerisinde düzenlediği "Yeni Yıla Merhaba" etkinliğinde hem kurumsal koşucuları hem de şirket temsilcilerini bir araya getiren TİDER'in teşekkür plaketlerini Yönetim Kurulu Başkanı Serhan Süzer takdim etti. Destek veren şirketlere ve çalışanlara tek tek teşekkürlerini ileten Serhan Süzer, TİDER faaliyetlerinden de söz ederek yeni marketin açılabilmesi için uygun yer bakıldığını ve en kısa zamanda mekana karar

verileceğini belirtti. Kurumsal olarak katılım sağlayan şirketlerin önemi kadar, gönüllü çalışanların hem koşuda hem de bağış toplanması konusunda TİDER için yarattıkları değere vurgu yapan Süzer; "Gıda Bankacılığı temelinde toplumda oldukça etkili bir sosyal sorumluluk modelini her geçen gün bu gibi destekler ile geliştirmeye çalışıyoruz. O sebeptendir ki TİDER için yapılan her türlü desteği önemsiyor ve bu destekler sayesinde açlık, yoksulluk ve işsizlik konularında sizlerle birlikte önemli yol katediyoruz." şeklinde konuştu.

Kalabalık bir ekip ile Maltepe Destek Market'e giden Cargill çalışanlarından Mustafa Özen tüm Cargill gönüllü maraton koşucuları adına teşekkür plaketini teslim aldı. TİDER aynı zamanda tüm koşuculara küçük hediyeler sundu. Cargill koşu takımı geçtiğimiz Kasım ayında gerçekleşen maratonda 174 bağışçıya ulaşmış ve TİDER için 10 bin liranın üzerinde bağış toplamıştı.



## İşletme atıklarından ekolojik üretime

### Algae Natural Food ve Cargill, Fransa'nın kuzey doğusundaki liman kenti Strazburg'ta ekolojik tasarımlı organik alg yetiştirme projesini hayata geçirdi.

Mikroalgler büyürken enerji (ışık ve ısı), besinler (mineraller vs.) su ve karbondioksit olmak üzere dört temel maddeye ihtiyaç duyuyorlar. Cargill'in Strazburg'taki tesisinde, malt üretim sürecinin bir parçası olarak; ısı, bazı besinleri de içeren su ve arpanın solunumundan kaynaklanan karbondioksit ortaya çıkıyor. Bu durum ile mikroalg üretimi ve maltlama (çimlendirme) faaliyeti arasında mükemmel bir endüstriyel simbiyoz (ortak beslenme) oluşuyor. Döngüsel ekonominin prensiplerine dayanan endüstriyel simbiyoz türünün tek örneği olan bu proje ile Algae Natural Food ve Cargill organik alg yetiştirecekler.

Proje kapsamında ilk olarak Cargill malt tesisine pilot bir tesis kuruldu. Cargill mikroalg yetiştirilmesi için ısı, besin ve karbondioksit gereksinimini karşılarken 25 yılın üzerindeki endüstri deneyimi ile firmaya teknik destek de sağlayacak. Bu ortaklık, çevreye fayda sağlarken alg yetiştirme maliyetlerinin iyileşmesine de katkıda bulunacak.

Ortaklığın Cargill'in sürdürülebilir uygulamalar yoluyla ürün ve hizmet sağlama politikasına birebir uyduğunu belirten Cargill Malt Direktörü Gilles Lazar, "Bu nedenle Algae Natural Food'un yalnızca yeşil ekonomi prensiplerine göre ürün geliştirme isteğini desteklemek bizim için önemliydi. Kısa dönemde atık suyumuzun %10'unu tekrar kullanmamıza, faaliyetlerimizde ortaya çıkan ısıyı geri kazanmamıza ve karbondioksit emisyonumuzu %5 azaltmamıza olanak sağlayan bu ortaklık, çevresel ayak izimiz üzerinde de olumlu etki yapacak." dedi.

### Spirulina; 21. Yüzyılın insanlık için en iyi gıdası!

Organik mikroalg ve özellikle spirulina (mavi-yeşil alg) yetiştirilmesi, yalnızca Fransa'da değil tüm dünyada hızla popüler hale gelen bir konu. Dünya Sağlık Örgütü tarafından "21. yüzyılın insanlık için en iyi gıdası" olarak tanımlanan spirulina, oldukça fazla protein içeren bir mikroalg olmasının yanında iyi bir demir (rüşeymden 20 kat fazla), beta karoten (havuçtan 30 kat fazla) ve vitamin (çiğ ciğerden 4 kat fazla B12 vitamini) kaynağı.

Doğal ve işlenmemiş bir besin takviyesi olan spirulina toz, pul, macun ve tablet şeklinde tüketilebiliyor.

Bu yeni yöntem geleneksel yetiştirme tekniğinde günlük 10-40 gram olan verimin 50-80 grama çıkmasına imkan sunuyor. Toz, tablet, ekstrüde tane veya pul formlarında her yıl 60-100 ton arasında spirulina üretilmesi hedefleniyor.

ECOCERT organik sertifikası alan bu üretim, organik gıda mağazalarında satışa sunulabileceği gibi kaliteli bileşenlerin üretimi için de kullanılabilir.

### Algae Natural Food

2014 yılında kurulan Algae Natural Food, endüstriyel ölçekte gıda amaçlı mikroalg üretiminde uzmanlaşan bir firma. Gelecek nesillerin karşı karşıya olduğu sıkıntılı iklim değişimi, toprak ve kaynakların tükenmesi, toplumların artan gıda ihtiyaçları farkında olarak yola çıkan firmada, rekabetçi bir stratejik komitenin desteklediği operasyonel bir ekip; yeşil ve sürdürülebilir büyümeyi teşvik etmek ve sosyal değerleri, çevrenin korunmasını ve ekonomik kısıtlamaları bir araya getiren başka bir ana üretim modeli de olduğunu göstermek amacıyla, bu üretimi döngüsel ekonomiye katmaya karar verdi.

### Cargill Malt Hakkında

1989'dan bu yana Strazburg'ta bulunan Cargill, dünyadaki sayılı malt üreticileri arasında yer alıyor. Kuruluşun küresel ağı 10 farklı ülkede, arpa yetiştirmeye uygun bölgelerde stratejik olarak konumlandırılmış maltlama (çimlendirme) tesislerini ve küresel seviyede faaliyet gösteren bir satış ekibini kapsıyor.



### Cargill ONE açıldı

#### Cargill, Çin'deki müşterilerine inovatif gıda ürünleri ve yeni tatlar üretmek için tasarlanan inovasyon merkezi Cargill ONE'in açılışını gerçekleştirdi.

Cargill ONE'in 1 Aralık 2016 tarihinde yapılan resmi açılışına, Çin Aşçılar Derneği (China Cuisine Association) ve Çin Fırıncılık ve Şekerleme Endüstrisi Birliği (China Association of Bakery & Confectionary Industry) yöneticileri de katıldı. Cargill'in hayvan proteinleri, yenilebilir yağlar, tatlandırıcılar, nişastalar, kakao ve yapılandırma (doku kazandırma) çözümleri gibi geniş bir gıda alanındaki kaynakları ve uzmanlığını bir araya getiren Şangay'daki merkezde, 50'ye yakın araştırmacı, bilim insanı, beslenme uzmanı ve şef, tüketicilerin değişen ağız tadını yansıtan besleyici ve güvenli gıdalar geliştirmek için müşterilerle birlikte çalışıyor.

### Asya'daki ilk inovasyon merkezi

Cargill'in kıdemli başkan yardımcısı olan Todd Hall, konuya ilişkin açıklamasında, "Ürün inovasyonu, bizi tahıl ambarından küresel bir gıda ve tarım lideri olmaya götüren 151 yıllık dönüşümümüzün önemli bir kilometre taşıdır. Dünyanın birçok yerinde; hayvan proteini, tatlandırıcılar, gıda yapılandırıcıları, yem gibi belirgin gıda gruplarında uzmanlaşan birçok inovasyon merkezimiz var. Cargill ONE, çok sayıda işletmenin bilgi birikimini bir araya getirerek Çin'deki tüketicilerimiz için tek noktada danışmanlık hizmeti veren Asya'daki ilk inovasyon merkezimiz." ifadelerini kullandı.

Çin'deki hızlı sosyoekonomik gelişim, Çinli tüketicilerin beslenme alışkanlıklarını ve gıdaya bakışlarını da hızlı bir şekilde değiştiriyor. Temelde ise insanlar gıdalarının %100'ünün güvenli olduğunu bilmek istiyor.

Gıda güvenliği konusunda tutucu bir yaklaşım sergileyen Cargill, tüm gıda ürünlerinin tamamen güvenli olması için en katı standartları uyguluyor. Cargill ONE, bu kapsamda Çinli tüketicilerin beslenmede yer vermek istedikleri gıda ve tatları güvenli, sağlıklı ve besleyici bir yolla sağlayacak. Merkez aynı zamanda, halkın gıda güvenliği ve beslenme konusunda eğitilmesi için bir platform işlevi de görecek.

Todd Hall açıklamasında, "Cargill ONE, dünyayı güvenilir, sorumlu ve sürdürülebilir bir yolla besleme vizyonumuzu temel alıyor, aynı zamanda Çin'e verdiğimiz değeri ve oradaki müşterilere olan sözümüzü gösteriyor. Cargill ONE'deki hizmetimizi zamanla Asya Pasifik'teki diğer piyasalara yayacağımıza inanıyorum." dedi.

Cargill ONE'i "Gıdanın geleceğini ve tüketicilerin bugün ve yarın ne istediğini daha iyi anlamak ve müşterilerimizin tüketicilerinin gelecekte isteyeceği gıdalara hazır olmasını sağlamak için bir pencere." olarak nitelendiren Cargill Ar-Ge Biriminin Başkan Yardımcısı Chris Mallet da, "Cargill'in Ar-Ge ve inovasyon alanında yaptığı bir dizi yeni yatırım içinde önemli bir adım olan bu yeni tesisler, müşterilerimize olan kesintisiz bağlılığımızı ve tarım, gıda ve beslenme alanında en güvenilir firma olma vizyonumuzun gerçekleştiğini gösteriyor." diye konuştu.



## Feeding America'ya 3 yıllık fon desteği

Ailelere ve çocuklara beslenme çözümleri sağlamak için Cargill tarafından Feeding America'ya bağışlanan 3 milyon dolar ile 3 yıl boyunca beslenme eğitimi, diyabetin önlenmesi ve gıda güvenliği konularındaki projeler desteklenecek.

Amerika'da her 8 kişiden 1'i açlıkla mücadele ediyor. Bu sayıya 13 milyon çocuk da dahil.

ABD'deki en büyük açlıkla mücadele kuruluşu olan Feeding America'nın (Amerika'yı Beslemek), "Amerika'da Açlık 2014" araştırmasına göre, kuruluşun yardım eli uzattığı insanlar, alamadıkları ve en çok arzuladıkları ürünler olarak taze meyve ve sebzeleri tanımladı. Öte yandan, her yıl 2,7 milyar kilogram sebze ve meyvenin israf edildiği tahmin ediliyor.

Bağış ile Feeding America'nın yıl boyunca bölgesel kooperatiflerden gıda bankalarına uzanan ürün tedarik zincirindeki maliyetleri azalırken, meyve ve sebzeye erişim kolaylaşacak. Bununla birlikte dengeli ve yeterli beslenme konulu eğitimler düzenlenecek, diyabetin önlenmesi için geliştirilen programın seçilen pilot bölgede uygulanması için kaynak sağlanmış olacak ve gıda dağıtım zincirindeki yüksek kalite için gıda güvenliği önlemlerine finansman sağlanmış olacak.

Gıda bankası programlarının beslenmeyle ilgili kronik rahatsızlıkları bulunan bireylerin sağlığını iyileştirmek için yürüttüğü çalışmaların etkilerini daha iyi gözlemleyebilmek için başlatılan pilot bölge çalışması Cargill bağışı ile fonlanmış olacak. Gelecekteki sağlık müdahalelerinin tasarlanması ve uygulanmasını pilot çalışmadan elde edilecek veriler belirleyecek.

Cargill'in desteğine ilişkin açıklamalarda bulunan Feeding America CEO'su Diana Aviv, "Açlık, tüm toplumu ilgilendiren bir sorun. Feeding America, yiyecek yemek bulamayan çocuk ve ailelere besleyici gıda sağlamaya yardımcı olan program ve girişimlere verdiği cömert destekten dolayı Cargill'e müteşekkirdir." ifadelerini kullandı.

Açlıkla mücadeleye eskiden beri destek veren bir ortak olan Cargill, 30 yıldan bu yana gıda güvenliği, ürün bağışları ve ürün toplama gibi konularda mali, gönüllülük esasına dayalı ve liderlikle ilgili destek sağlıyor. Cargill'in mevcut yatırımları; insanları güvenli, sorumlu ve sürdürülebilir bir şekilde besleme sözü ile aynı doğrultuda.

Cargill'in kurumsal sorumluluk biriminde kıdemli direktör olan Michelle Grogg, "Cargill dünyada ve yaşadığımız ve çalıştığımız toplumlarda beslenmeyi daha iyi bir hale getirmek için çalışıyor. Çalışanlarımız Feeding America ile kurduğumuz ortaklığa değer veriyor. Bu ortaklığın, içinde yaşadıkları yerel topluluklardaki etkilerini birinci elden görüyorlar. Feeding America, Amerika'daki açlık boşluğunu kapatmaya çalıştıkça, onların yenilikçi çözümlerine yatırım yapmaktan gurur duyuyoruz." diyor.

## Feeding America

200 gıda bankasına sahip ulusal bir gıda bankası ağı olan Feeding America, her yıl çocuklara, ailelere ve yaşlılara 4 milyar öğün yemek sağlıyor. Bu rakamla ülkedeki ulusal açlıkla mücadele kuruluşlarının tamamından daha fazla yemek sağlayan kuruluş, Amerika'nın farklı yerlerindeki 60.000 gıda büfesi ve yemek programları yoluyla 46 milyondan fazla insanın beslenmesine destek veriyor.

Feeding America, yardım ettiği insanlara gıda güvencesi sağlayan programları destekliyor; topluma açlık sorunu hakkında bilgi sağlıyor ve insanların açlık sorunu ile karşı karşıya kalmasını önleyen kanunları savunuyor. Açlığın önlenmesinde bireylerin, hayır kuruluşlarının, işletmelerin ve devlet yönetimlerinin rolü olduğunu savunan kuruluşun sloganı da; "Bağışla. Gönüllü ol. Koru. Eğit. Birlikte açlığa çare bulabiliriz."

## Gerken's® inovasyonunun yeni rengi: Yoğun Koyu Kırmızı

**Gerken's® kakao tozu ürün yelpazesinin en inovatif ürünü olan yoğun koyu kırmızı kakao tozu, kendi türündeki tek ürün olmasını sağlayan eşsiz bir renge sahip. Gerken's kakao tozu, çikolata aromalı ürünlerde tüketicilere geniş ürün seçeneği sunulabilmeyi sağlıyor.**

Endonezya'daki Gresik kakao işleme tesisindeki Gerken's® teknik uzmanlarının Ar-Ge çalışmalarının sonucunda üretilen ve Gerken's® uçtan uca inovasyon kapasitesini temsil eden yeni kakao tozu, gıda bileşenleri ve uygulamalarında inovasyonu yönlendiren en yeni Gerken's® ürünü.

Cargill Kakao & Çikolata Teknik Servisi'nde yönetici olan Dick Brinkman ürün hakkında şunları söyledi:

"Bu yeni nesil kakao tozu özel bir kırmızı renge sahip. Piyasa ve tüketiciler konusunda ne kadar bilgi topladığımızı göz önünde bulundurduğumuzda, çikolata aromalı ürünlerin daha sofistike olması ve tercih edilmesi konusunda belirli tüketici gereksinimleri olduğunu görüyoruz. Bu yeni toz ürün tatlı, dondurma ve sütlü çikolata ürünlerindeki seçeneklerin sayısını arttıracak ve tüketicileri yeni ürünleri denemeye teşvik edecek etkili bir inovasyon örneğidir."

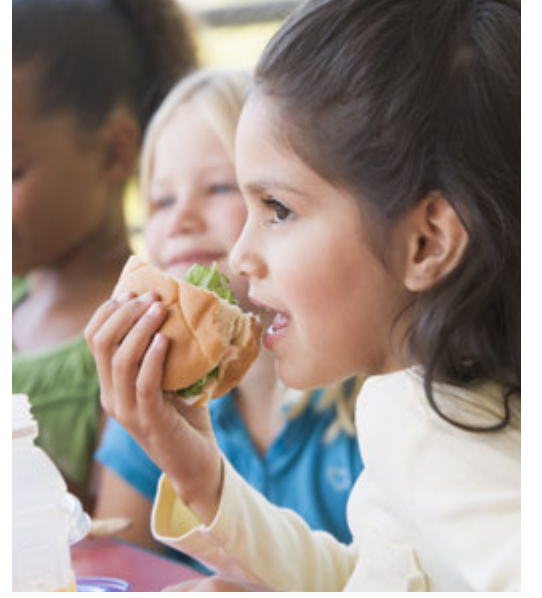
Gerken's® yoğun koyu kırmızı kakao tozu; yoğun, zengin renk ve tatlar yönündeki yüksek kaliteli trendi yansıtan çikolata, içecek ve tatlı uygulamaları ile zıt renk kullanımı ve çok renkli çikolata için son derece uygun bir ürün. Gerken's® kakao tozu inovasyonu, Hollanda'nın Wormer kentinde kakaoyla ilgili araştırmaların yürütüldüğü Ar-Ge merkezi tarafından destekleniyor. Buradaki çalışmalar sonucunda 100'ün üzerinde farklı kakao tozu üretilmiş durumda.

5 kitada bulunan uygulama merkezleri ve geliştirme tesislerinden oluşan küresel bir ağ, söz konusu Ar-Ge merkeziyle bağlantılı bir şekilde faaliyet gösteriyor. Bilim insanları ve teknoloji uzmanlarının dahil olduğu bu ağda yükselen trendlerle ilgili araştırmalar yapılıyor, gıda bilimcileri, beslenme uzmanları ve farklı sektörlerden teknisyenler de çalışmalara destek veriyor.

Cargill Kakao & Çikolata Strateji & İnovasyon Lideri Emiel van Dijk, konuyla ilgili olarak, "Tüm bu araştırmalar, T-modeli yaklaşımımız yoluyla 'birleşik uzmanlık' yaratmak için toplanıyor. Böylece, gıdyla ilişkili farklı endüstrilerden elde ettiğimiz bilgi birikimi bir araya getirilerek bizim kakao ve çikolata uzmanlığımıza ekleniyor ve müşterilerin yeni ve harika inovasyonlar yapmasına olanak tanıyor. Gerken's® yoğun koyu kırmızı kakao tozu, yenilikçi Ar-Ge sayesinde nasıl çikolata aromalı ürün yelpazesinin genişlemesi için potansiyel yaratan eşsiz bir bileşen ile elde edilebileceğinin mükemmel bir örneği." diyor.

## Gerken's® Kakao

Gerken's® 50 yıldan uzun bir süredir en iyi tohumlar kullanılarak üretilen 1. sınıf kakao tozları sağlıyor. 1987 yılında Cargill tarafından satın alınan Gerken's®'in teknolojisi, Hollanda'dan tüm dünyaya yayıldı. Hollanda, Fransa, Almanya, Gana, Fildişi Sahili ve Endonezya'daki işleme tesisleri, kakao tozunda geniş ürün yelpazesini müşterilere sunuyor.



# Gelecek Dönemin Yeniliklerine, Cargill'de Geçirdiği 18 Yılın Tecrübesi ile bakıyor!

Cargill Gıda METNA yapılanmasında Finans Direktörlüğü gibi zor bir görevi üstlenen Cem Beysel, 5 yılı yurt dışında olmak üzere Cargill'deki 18 yıllık geçmişinde birçok önemli operasyonda yer almış tecrübeli bir isim. Son dönemde değişimlerin yaşandığı Cargill'e ve özellikle gelecek dönemin yeniliklerine tüm tecrübesi ile daha farklı bakıyor.



**Cem Beysel**  
Cargill Gıda METNA Bölgesi Finans Direktörü

Cem Beysel, Marmara Üniversitesi İngilizce İşletme Bölümü'nden mezuniyetinin ardından denetçi olarak işe başladığı Arthur Andersen'de iken tanıştığı Cargill'e, 1999 yılında geçmiş. O gün bugündür de Cargill'de çalışıyor. Beysel'in, durağanlıktan uzak, dinamik ve sürekli gelişen bir iş yaşantısı olmuş. 2003 yılında Mali İşler Müdürlüğünü üstlendiği Adapazarı'nda bulunan fındık fabrikasının 2006'daki satış sürecinde; ardından bugün METNA olarak adlandırılan Orta Doğu, Türkiye ve Kuzey Afrika Bölgesi'nin oluşum sürecinde aktif olarak yer almış.

2008 yılında Cargill'deki kariyerinde yeni bir sayfa açılır Cem Beysel'in. Hollanda'da Cargill'in Avrupa Rafine Yağlar Bölümü'nde Kuzey Avrupa Ülkeleri Bölgesel Finans Direktörlüğü görevini üstlenir. Kendisinin deyimiyle bu "büyük bir şanstır". 3 milyar dolarlık, 14 fabrikası olan Avrupa Rafine Yağlar Bölümü, Beysel için yeni olabilecek pek çok konuda öğrenme fırsatı sunacaktır.

Hollanda'daki 5 yılın ardından Türkiye'ye dönüş yolu, Cargill'in satın aldığı yem premiksleri alanında faaliyet gösteren Provimi şirketinin Türkiye'ye ilgisi sonucu açılır. Provimi'nin Ekol Gıda satın alımıyla ilgili proje grubunda yer alır ve yağ bölümünden yem premiksleri bölümüne geçiş yapar. Haziran 2014'te Türkiye'ye dönen Cem Beysel, 2015 yılında, Cargill Gıda METNA organizasyonunda açılan pozisyonu değerlendirir ve Cargill'de işe ilk başladığı finans departmanında bu kez direktörlük görevini üstlenir.

1999 yılında başladığı Cargill'de Temmuz 2017 itibarıyla 18 yılını dolduracak olan Cargill Gıda METNA Bölgesi Finans Direktörü Cem Beysel ile Cargill'deki yeni finans yapılanmasını konuştuk.

### “Cargill finansta istikametini seçti”

Beysel, Cargill'in finans yönetimindeki yeni yaklaşımını, şu sözlerle açıklıyor:

“Finans departmanından geleneksel anlamda muhasebe, raporlama zaten bekleniyor, bunlar yapılacak ama Cargill, bunun bir tık ötesine geçerek kendisine bir istikamet seçti. Finansal Planlama ve Analiz (FPA) ile daha stratejik ve şirketin iş ortaklığı açısından önemle baktığı farklı bir yapıya geçiliyor. Bu geçiş ile Cargill'de; verilere dayalı, belli analizler yapılıp, sonuçlara varılan ve bu sonuçlarla da iş ünitesinin performansının iyileştirilmesine katkıda bulunan bir finans yapısı sağlanacak. Bu yapı ile departmanımızdan finansal raporlamaların ötesinde ‘iş ortaklığı’ bekleniyor.”

Biz de ekibimizi ona göre yeniden dizayn ediyoruz. Ekibimize eğitimler verirken, yetkinlik ihtiyaçları doğrultusunda, dışardan da bu konuda tecrübesi olan kişiler aldık. Bu kavramlar oturdu, kadrolar belli oldu. Benimle birlikte üç kişi daha Finansal Planlama ve Analiz (FPA) tarafında olacak. Ekibin büyük kısmı ise muhasebe ve finans konusuna odaklanacak. Şirket, o üç kişiden derin analitik özellikler, buna istinaden işe katkıda bulunacak doneler, veriler istiyor.”

### “Ticaret risklere açık bir alan”

Cargill, farklı alanlarda çok geniş bir ürün portföyü ile faaliyette bulunan küresel bir şirket. Cem Beysel'e, şirkette finans departmanı ile diğer iş birimlerinin ilişkisinin nasıl yürüdüğünü soruyoruz:

“Satışla da üretimle de ilişkilerimiz var. Satışta, müşterilerimize açılacak vadeler, müşterilerimizin mali yapıları ve iş modeline göre kredi limit analizlerinin yapılması noktasında finans olarak üstlendiğimiz görevler var. Bunun yanı sıra sizde bilirsiniz ki, ticaret; ekonomideki gelişmelerden, olumsuzluklardan yakından etkilenen, risklere açık bir alan...”

Ayrıca yıllık planlamalarda, ‘geçen yıl hangi üründen, kaç müşterimize, ne kadar satmışız, bu yıl bunlar ne kadar artar, ne kadar azalır, ham madde fiyatlarındaki olası artışlar’ türü kârlılık çalışmaları yapıyor. Yıl içerisinde de bunların performansını beraber takip ediyoruz. Finansal Planlama ve Analiz (FPA) yapısı içinde artık rakamları ortaya atıp çekilmek değil, ‘aksaklık var mı, varsa ne veya nelerdir?’ diye bakmak, Muhasebe-Finans yapısında da ‘bunu nasıl çözebiliriz?’ yaklaşımı ile daha yapıcı, çözüm odaklı bir vizyonla ilerliyor olacağız.

Finans olarak çok yakın çalıştığımız ekiplerden birisi de fabrika üretim ekibi. Fabrikalarda çoğu mühendis kökenli finansal analistlerimiz var. Bu kişiler fabrikadaki üretim süreçleri, verimlilikler (enerji, ham madde verimliliği) gibi konularda raporlamalar yapıyor; verimliliği artırıcı projelerde görev alıyorlar. Bizim Türkiye’de üç tane tesisimiz var ve işimizin ana kısmı, omurgası onlar üzerine kurulu.”

### “Hedeflere ulaşmada kılavuzluk yapıyoruz”

Cargill'in, Türkiye ve METNA bölgesindeki varlığını belli bir strateji üzerine oturttuğunun altını çizen Beysel, “Belli mali, finansal hedeflere ulaşmak üzerine kurulu 5 yıllık stratejilerimiz var. Bu stratejinin de kilometre taşları var. Finans olarak ‘Hedeflere ulaşmak yolunda geride kaldığımız noktalar var mı, bu noktalarda şirket neler yapabilir?’ konularında, aslında kılavuzluk yapıyoruz” diyor.





Cargill hem Türkiye’de üretimi olan hem de globalden ithalat yapan bir şirket. Peki bu işleyişte finansman akışı nasıl sağlanıyor?

Cargill’de ithalatın fonlanması da dahil hazine konusu, 20 yılı aşkın bir süredir merkezi bir yapıda yürütülüyor. Bu kapsamda Türkiye’deki Cargill’in fonlanması, bankalardan kredi tedariki gibi konular, İngiltere’de yerleşik, Orta Doğu, Avrupa ve EMEA Bölgesi’ne bakan bölümün uhdesinde... Beysel, şunları söylüyor:

“Biz, ‘Bu yıl bunları, gelecek yıl şunları yapacağız, şu kadar finansman ihtiyacı olur, tonajları artırıyoruz, işletme sermayesi gerekir’ gibi projeksiyonlarımızı onlara iletiyoruz. Onun fonlanmasına biz karışmıyoruz, hazine tedarik ediyor.

Fonlamada bankalar ile tek bir merkezi hazinenin görüşmeler yapması finans departmanı için bir avantaj. Bununla birlikte Cargill, bankaların çalışmak isteyeceği iyi bir account bence. Global yapılanmasındaki ölçek büyüklüğü Cargill’in bankalar nezdinde yapacağı görüşmelerdeki en büyük avantajı.”

Cem Beysel, muhasebe-finans tarafında Cargill’in yeni yaklaşımını, biraz daha bölgesel bir yapıya geçmek olarak açıklıyor. 2018 yılında tam olarak şekillenecek yapıda finans ekibi, yurt dışındaki finans ekibiyle daha çok entegre olacak. Faaliyet gösterilen ülkelerde muhasebe-finans süreçleri daha standardize, daha uyumlu hale getirilerek, verimlilik artışı amaçlanıyor.

### “Daima işlerini iyi bilen insanlarla çalıştım”

Cargill gibi global bir şirkette olmanın ne tür imkanlar yarattığını sorduğumuz Beysel, yaşadığı bir olayı anlatıyor ve devam ediyor:

“Yurt dışından bir misafirimiz son bir yıldır yürüttüğü yeni görevinden bahsederken, ‘30 yıldır Cargill’de çalışıyorum ama sanki yeni bir şirkette, yeni bir işe başladım. Cargill’de bu heyecan hiç bitmiyor’ dedi.

Bu benim için de geçerli. Cargill’de üstlendiğim görevlerde, hep işlerini iyi bilen insanlarla çalıştım, büyük tecrübe edindim. Yurt dışında farklı kültürlerle, farklı bakış açılarına sahip insanlarla çalışmak, size de farklı bakış açıları kazandırıyor, dünyaya bakışınıza esneklik getiriyor.

Cargill’de çalışmak, insana işte böyle bir zenginlik katabiliyor. Bunu pek çok şirkette yapamazsınız. Evet yıllardır Cargill’deyim ama birçok farklı iş yaptım. Her biri de sıfırdan başlıyor neredeyse. Çalışanlarına çok imkan tanıyan bir şirket...”

### “Cargill daha da büyüyecek”

Cargill’deki 18 yıla birçok farklı görevi sığdırmış, yurt dışında çalışma imkanı da bulmuş olan Cem Beysel’e, Cargill’de kariyerinin başında olan insanlara tavsiyelerini de sorduk.

“Yeni nesil biraz daha az sabırlı. Cargill’de benim yaptıklarımı, üstlendiğim görevlere bakınca, ‘ne kadar şanslı’ denilebilir. Tabii doğru zamanda, doğru yerde olmak insanın şansındır ama bunlar 6 ayda, 1 yılda olmadı.

Cargill’de kariyerinin başındaki kişiler, eğer doğru yerde olduklarını görürlerse ki, doğru yerden kasıt şu: Bu şirketin sürdürülebilir bir iş modeli var, büyüme imkanı olan bir şirket burası. Gıda, nüfus artışı, tüketim kalıpları ile gelişmeye açık bir alan ve Cargill, bu alanda bu iş modeli ile daha da büyüyecek iyi bir şirket. Türkiye ve çevre bölgelerde temsilimizi arttırdıkça büyümek neredeyse imkansız.

O yüzden, ‘Bu şirket bu iş modeliyle büyür; büyüdükçe bu bana da imkanlar yaratır’ diye bakarlarsa doğru olur. Ama bunları 6 ay, 1 yıl gibi kısa vadelerle değil de, biraz daha maraton gibi orta vadeli bakar ve iyi performans gösterirlerse; hani ‘Her şeyi devletten beklemek’ kavramı vardır, onun gibi her şeyi yöneticiden, şirketten beklemek yerine, ‘Acaba ben buraya nasıl katkı sağlayabilirim?’ yaklaşımıyla çalışan arkadaşlar, şirkette yükseleceklerine inanmalılar.”

### “Bölgesel riskleri iyi yönetiyoruz”

Cargill Gıda METNA Bölgesi Finans Direktörü Cem Beysel’e, Türkiye ve küresel ekonomideki gelişmelere bağlı olarak Cargill’in risk yönetimi yaklaşımını da soruyoruz:

“Şirketler için ani kur değişimleri, ham madde ve enerji maliyetlerinde artışlar gibi finansal riskler her zaman vardır. Bir şirkette risk yönetiminin iyi yapılması halinde kârlılıkta süreklilik sağlanır.

Cargill risk yönetimi konusunda deneyimli ve başarılı bir şirket. Bu alandaki tecrübesinin kaynağı da, farklı risk algısı olan ülkeler, farklı para birimleri, farklı ham maddeler, farklı müşteri portföyü ile çalışması... Biz de Cargill’in bu disiplini içinde basiretli bir risk yönetimi yaparak, bölgesel riskleri iyi yönetiyoruz.”

CEM BEYSEL



# Dünyayı tatlandıran Kakao ve çikolatada yeni trendler...



Cargill, portföyünün önemli ürün gruplarından kakao ve çikolatada üreticilerin başarılı inavasyonlar yapmalarına yardımcı olmak amacıyla yayınladığı rapor, sektördeki başlıca trendleri içeriyor.

Birçok farklı uygulama kategorisinde müşterilerle girilen etkileşimlerden elde edilen deneyimlere ve Cargill'in uygulama merkezleri yoluyla müşterilerle yapılan projelerden elde edilen bilgilere dayanan Rapor, "Damak zevkine hitap eden (Indulgent), Seçkin, Sağlıklı, Sürdürülebilir ve Şeffaf" başlıklarında dört ana temaya odaklanıyor.

İşte Cargill'in kakao ve çikolatada sektör trendlerine ilişkin saptamaları:

## Damak zevkine hitap eden ürünler

Günümüzün tüketicileri tatlı gıda ürünlerinde tat, doku (yapı) ve renkte sıra dışı keyifli bir deneyim ve ilham verici seviyede yaratıcılık arıyor.

Ürünlerin dokusu (yapısı) da daha keyifli ürünler yönünde değişiyor. Daha büyük boyutlu çikolata parçalarının yanında, kremalı tatlıların üzerinde çıtır çikolata tabakaları gibi yeni doku kombinasyonları kullanılıyor.

Kakao tozu da gölge ve renk derinliği verme gibi amaçlarla gittikçe daha fazla kullanılıyor.

## Premium ürünler

Seçkin ürünlere yönelik talep tüm zamanların en yüksek seviyesinde, çikolata ve kakao ürünlerinde ise köken ve menşe oldukça önemli bir unsur. Üreticiler, kakao ve çikolatanın menşeyini belirlemenin yanında, tüketicilerin yerel ürün satın alma isteğini tatmin edebilmek için son ürünün üretildiği ülkeyi de ambalaj üzerinde yazıyor. Artisan (usta elinden çıkmış) ürün endüstrisine yönelik bir ilgi de göze çarpıyor. Ambalaj üzerinde, ürünlerin hangi işlemlerden geçerek üretildiğine dair bilgilere gittikçe artan şekilde yer verilirken, 'taş değirmende öğütüldü' veya 'yavaşı çalkalandı' gibi detaylar dahi belirtiliyor.

## Sağlıklı

Beslenmenin sağlık ve daha zinde bir yaşam üzerindeki etkileri konusyla gittikçe daha fazla ilgilenen tüketiciler, sağlıksız olduğunu düşündükleri gıdalardan kaçınarak sağlıklı olduğunu düşündükleri gıdalara yöneliyorlar. Uzunca bir süredir devam eden 'düşük şekerli' ve 'glütensiz' ürün trendinin yanında, 'laktosuz' beyanları da çikolata ve kakao ürünlerinde gittikçe daha belirgin hale geliyor, hindistan cevizi sütü gibi süt alternatifleri popülerleşiyor. Faydalı olarak görülen ürünlere bakıldığında ise protein trendinin yaygınlaşarak devam ettiği, sporcu beslenmesi başlığından uzaklaşarak tokluk hissi üzerinde yoğunlaştığı dikkat çekiyor.





### Sürdürülebilir ve şeffaf

Gıdanın nereden geldiği, nasıl üretildiği, gerçek etik ve çevresel maliyeti günümüzün tüketicileri için gerçekten önemli. Sertifikalı çikolata ürünleri daha popüler hale geliyor ve çikolata ürünlerinin yanında süt ürünleri, fırıncılık ürünleri, bisküvi ve dondurma gibi ürünlerde de yer buluyor. Tüketicilerin daha fazla şeffaflık, temiz ve açık etiketleme yönündeki taleplerini karşılamak her zamankinden daha büyük önem taşıyor. Gerçek meyveler ve bitki özütleri, ürünleri doğal olarak renklendirmek için gittikçe daha fazla kullanılıyor.

### “Tüketici parasının karşılığını almanın ötesini düşünüyor”

Raporun şekerleme, bisküvi, kahvaltılık gevrek, süt ürünleri veya dondurma sektöründeki üreticilerin yeni ürün ve inovasyonlar yaparken rekabete ayak uydurmasına yardımcı olacak bilgiler içerdiğinin altını çizen Kakao & Çikolata Avrupa'nın Pazarlama Direktörü Niklas Andersson, şunları söyledi:

“Günümüzün farkındalık seviyesi yüksek tüketicileri, paranın karşılığını almanın ötesini de düşünmektedir. Yaptığımız araştırmaya göre hiç olmadığı kadar bilinçli olan tüketiciler, gıdaların içeriğini ve geleceğe olan etkilerini çok daha fazla düşünmektedir. Tüketiciler, güzel tada sahip ve kendilerinin iyi olmalarına yardımcı olan gıdaları istemektedir.”

Zor da olsa bu talepleri karşılamayı bir görev olarak kabul eden gıda üreticileri, günümüzün trendlerini yansıtan ürünler üretebilmek için bileşenlere ve inovasyon kapasitesine ihtiyaç duyuyorlar. Cargill'in eşsiz karamelli beyaz çikolatası olan Caramel Equilibre ve birçok ürüne güzel renk sağlayan gelecek nesil bir kakao tozu olan Gerkens® yoğun koyu kırmızı kakao tozu, sözü edilen inovatif bileşenlere örnek olarak gösteriliyor.

Bilgi ve bileşenlerin dışında, uçtan uca uzmanlığa erişim de üreticilerin piyasaya yeni ürünler sunması için oldukça önemli. Gıdalla ilişkili birçok endüstrinin bilgi birikimi ile kakao ve çikolata uzmanlığını bir araya getiren ve T-model yaklaşımı ile bunu ispatlayan Cargill, müşterilerin en yeni trendleri, tüketici taleplerini karşılayan inovatif ürünlere dönüştürmesine yardımcı oluyor.

Niklas Andersson, “Üreticilerin ilham almaktan uygulamaya, daha sonra da piyasaya uzanan yolculuğundaki adımları atmasını sağlayan derin bilgiyi, bileşenleri ve uçtan uca uzmanlığı yalnızca Cargill sağlayabilir.” diyor.

# Marka Güveni Mimarları

**Cargill Orta Doğu, Türkiye ve Kuzey Afrika (METNA) Bölgesi Ticaret Direktörü Nedim El Cheik liderliğindeki Endüstriyel Müşteriler Satış Ekibi, şirket kültürünü oluşturan etik değerlere uygun olarak çalışmalarını sürdürüyor. Müşterilerle iletişim halinde olan şirketin ilk görünen yüzü satış ekibi için; sektörde Cargill'e duyulan güveni korumak ve artırmak her şeyin üstünde. Ekibin başındaki isim Toygun Atlan, 2017 için tüm ekip adına, "Huzur ve mutlulukla geçireceğimiz, keyifli tüketimlerin olacağı, ağzımızın tadının hiç bozulmayacağı güzel bir sene olsun" dileğinde bulunuyor.**

Cargill Gıda Türkiye Endüstriyel Müşteriler Satış Ekibi ile buluşmak üzere gittiğimiz Cargill İstanbul Ofisi'nde bizi genç, dinamik ve aynı zamanda tecrübeli bir ekip karşılıyor.

Cargill'in gıda sanayine yönelik geniş portföyündeki ürünlerin satışından sorumlu olan ekip; ekip lideri Toygun Atlan, 17 yıllık Cargill'li, tecrübesiyle ekibin ağabeyi konumundaki Tuncay Zorlu, Türkiye Distribütörler Müdürü Taner Acaroğlu, daha 3 ay önce ekibe katılan Ahmet Karasakal, MT Programı'ndan ekibin en genç üyesi olan Ceren Türkmen, Emre Yağcı, Tuba Ataman, Yasin Karakaş ve 4 yıldır Cargill'de çalışan, ancak satış ekibine en son katılan isim olan Alper Altay'dan oluşuyor. İşte ekip ile yaptığımız keyifli sohbetten sayfalarımıza yansıyanlar.

**"Ürünlerimizin arkasında durabilmenin rahatlığını yaşıyoruz."**

**Cargill'in satış ekibinde çalışmanın avantajları neler?**



**Toygun:** Benim ilk etapta söyleyeceğim; marka güveni ve sattığımız ürünün arkasında durabilme rahatlığı... Biz satış yaparken biliyoruz ki, müşterilerimizin talebine cevap veriyoruz. Bu açıdan Cargill gibi büyük ölçekte ve nihai ürün kalitesine son derece önem veren bir şirketin ürünlerini müşterilere sunuyor olmak, satış ekibimiz için en rahatlatıcı unsur diyebilirim.



**Tuncay:** 150 yıllık geçmişe sahip bir şirkette çalışmak gurur verici. Bu bizim için en büyük güven kaynağı. Gıdanın çok farklı alanlarında, çok ciddi bir portföye sahip olmamız, çok farklı müşterilere ürün tedarik ediyor olmamız da en büyük avantajımız.

**Cargill'in geniş ürün portföyü ile nasıl bir yapıda çalışıyorsunuz?**

**Toygun:** Et sektöründen, unlu mamullere, sütü ürünlerine, şekerleme grubuna, içecek grubuna kadar çok geniş bir alanda ürün sunuyoruz.

Satış ekibi olarak aslında 6 ay önce değişen bir yapı içerisinde çalışmalarımızı sürdürüyoruz. Cargill İstanbul Ofisi, 2,5-3 sene önce Orta Doğu Türkiye ve Kuzey Afrika kısaca METNA dediğimiz bölgenin merkezi oldu. İthal olarak bu bölgeye temin edilen ürünlerin tüm sorumluluğu da İstanbul Ofisi'ne geçti.





METNA yapılanmasıyla biraz daha çapraz satış (cross selling) dediğimiz, farklı ürünleri satabilen, tamamen kategori uygulamasına geçtik. Bütün ürünlerimizde; içecek grubu, unlu mamuller grubu, hazır gıdalar ve sütlü mamuller grubu, şekerleme grubu olarak kategori yaklaşımına dayalı bir yapı oluşturduk. Bunun temeli, satışta çalışan kişinin ilgili olduğu müşteride bütün ürün gruplarından sorumlu olmasına dayanıyor. Burada müşterinin kafasının karışmasına mahal vermeden; tüm ürünlerin satışının aynı kişiyle yapılması şeklindeki bir yapılanmadan söz ediyorum. Son 6 ay içinde Turyağ ekibi de satış ekibine dahil edildi.

**Tuncay:** Turyağ fabrikamızda endüstriyel yağları üretiyoruz ama 17 ülkeden de ithalat yapıp, ürün satıyoruz.

**Toygun:** Evet, Türkiye dışında Cargill global organizasyonundaki onlarca fabrikadan, yüzlerce üründen söz ediyoruz.



**Yasin:** Bunu yaparken, stratejik müşterilerimize biraz daha profesyonelleşme adına spesifik şekilde yaklaşıyoruz. Ama bazı müşteri gruplarımız ile çapraz satış sisteminde çalışıyoruz. Bu verimliliği artırıyor ve müşteriye gerektiği şekilde hizmet verebilmeyi sağlıyor.

**Toygun:** Şöyle ki, kimi müşterilerimiz var, her ürünü aynı anda konuşabilirsiniz. Ama büyük ölçekli firmalarda mesela sadece kakao alımıyla görevli kişi, kendisiyle konuyu tartışabilecek derinlikte bir insan bekliyor. Buna cevap verebilmek adına stratejik müşteriler ve kategori olarak ayırımı var. Bir de distribütör müdürlerimiz var.



**Taner:** Endüstriyel ürünlerimizin tüm Türkiye'ye ulaştırılmasındaki en büyük desteğimiz kuşkusuz distribütörlerimiz. 5 ana distribütörümüz, ayrıca Turyağ ürünleri için Tuncay Bey'e bağlı distribütörler var. Burada amacımız tüm ürün grubunun penetrasyonunu sağlamak, Türkiye'deki tüm gıda üreticilerine bayiler üzerinden ulaşmak... Bu şekilde bayilerimize bütün ürün gruplarında, birbirinden sinerji yaratarak satılma konusunda avantaj sağlıyoruz.

**Toygun:** Böylece eğer müşterimiz bir reçete çalışacaksa 4-5 şirketten sağlayabileceği ürünlere, Cargill çatısı altında bizimle tek şirket üzerinden ulaşabiliyor.

**Tuncay:** Herhangi bir ambalajlı gıdayı düşünün, içeriğinde bizi ilgilendiren en az 15 tane ürün olabiliyor. Buradaki avantajımız, gücümüz o; hepsini biz verebiliyoruz.



### “Gıda ihracatına katkıda bulunuyoruz.”

**Tuncay:** Müşterilerimiz ürettikleri çikolata, bisküvi gibi ürünleri, yurt dışına da ihraç ediyorlar. Yani hem gıda sanayinde faaliyet gösteren pek çok şirketin hem de ülkemizin gıda ihracatına katkıda bulunuyoruz.

**Toygun:** Asıl amacımız o olmasa da, çoğu zaman portföyümüzdeki ürünlerde rekabetçi bir fiyat sunabiliyoruz. Bu da gıda sanayinde ağırlıklı olarak ihracat yapan müşterilerimize avantaj sağlıyor.

**Taner:** Müşterilerimize ihraç kayıtlı olmak üzere Dahilde İşleme Rejimi kapsamında da ürün getiriyoruz. ihracat ağırlıklı olarak çalışan yerli pek çok müşterilerimiz ithal ürünlerimizi kullanarak ürettikleri ürünleri ihraç ediyorlar.

### “Cargill, inovatif bir şirket”



**Emre Yağcı:** Ben tam bu noktada teknik ekibimizin katkısını vurgulamak istiyorum. Cargill, çok inovatif bir şirket ve biz ihraç edilen ürünlerin kalitesinin artırılması, bu şekilde katma değer sağlanması noktasında; teknik ekibin desteği ile müşterilerimize, yeni, yenilikçi, inovatif fikirler sunabiliyoruz. Müşterimizin ihtiyacını öğreniyor, anlıyor ve teknik ekibimizle birlikte oturup, çalışıyoruz. Müşterilerimize ürünlerinde yenilikler, geliştirmeler, kalite anlamında son ürüne yansıyacak birçok artıyı sağlayabiliyoruz. Cargill'in müşterilerine sağladığı en önemli avantajlardan bir tanesi bu.

**Yasin:** Bunu sağlayan da aslında global bir oyuncu olmamız. Globalde yaşanan inovatif girişimler konusunda teknik ekibimizin önerileri oluyor. Bu müşteriler açısından da çok faydalı. Zira yeni ürün geliştirmede bizim Ar-Ge'mizi de kullanmış oluyorlar.

**Tuncay:** Gıda sektörü son 10-15 yılda ciddi gelişim sağladı. Özellikle ihracatçı şirketler sürekli fuarlara katılıyor, gelişen trendleri takip ediyorlar. Biz de iki yılda bir müşterilerimizle bir araya geliyor, dünyada gelişen ve gelişmekte olan trendleri onlara sunuyoruz. Kendilerine uygun olanları seçiyorlar. Sonra birlikte ilerliyoruz.

**Toygun:** Yurt dışından gelen veya bize tanıtılan yeni ürünlerin yanı sıra ikame bir ürün geliştirilmesi, fiyatı artan bir ürün yerine daha uygun maliyetlerle reçete yapabildiğini sağlayacak ürünler gibi müşteriye fayda sağlayacağını düşünerek, bizim de önerdiğimiz şeyler olabiliyor.

### “Distribüsyon sistemi ile çalışma sahamız tüm Türkiye”

**Tuncay:** Distribütörlük sisteminin amacı bizim ulaşamadığımız yerlere gidip penetrasyonu sağlamak. Belli periyotlarda distribütörlerimiz ile birlikte müşteri ziyaretleri gerçekleştiriyoruz. Ölçek gözetmeksizin tüm müşterilerimizin çözüm ortağı oluyoruz.

### Çalışma prensiplerinizi için neler söylersiniz?

**Ahmet:** Ekip olarak her zaman müşterinin yanında olmaya çalışıyoruz. Müşteri ile her zaman birebir kontak halindeyiz. İhtiyaçları anlama ve bunlara en kısa sürede çözüm getirebilme bizim işimizin odağı.

Bizim yaptığımız iş, aslında kesin çizgileri olan bir iş değil. Kategori satışı da var, key account da... Ekipteki herkes aslında çok farklı demografik yapıya hizmet ediyor. Satış açısından çok farklı dinamikler var ve bu farklı dinamiklere farklı ekip arkadaşlarımız ile hizmet veriyoruz. Bu çeşitliliğin olması çok büyük avantaj.

### “Müşteri ‘Cargill bu çözümü bana sunar’ diyebilmeli”

### Satış ekibi için en önemli şey nedir?



**Tuba:** Katma değerli ürünler sunarak ve mevcut ürün portföyümüzü de genişleterek, hem müşteri memnuniyetimizi hem de iş hacmimizi artırmak ve tabii güven yaratmak... Amacımız; tercih edilen tedarikçi olarak ilk sırada yer almak, müşterilerimizin aklına ilk Cargill'in gelmesi...“Cargill mutlaka bize bu çözümü sunar” diyebilmeli, o güveni verebilmek lazım. Bunun arkasından da ürün portföyünün genişliği, teknik ekip ve satış ekibinin birlikte çalışması, global ölçekteki bir üretimin kendi içimizdeki network sayesinde Türkiye'ye kolaylıkla getirilebilmesi, uygulanabilmesi... Bu müşterilerimizin hem çözüm ortağı ve hem de onlar için ilk akla gelen tedarikçi olmayı çağırıyor.

**Toygun:** Süreklilik çok önemli. Bu sene çok iyi satış yapıp, sonraki sene hedeflere gidememek sıkıntılı bir durum olur. O sebeple Cargill'de bir strateji yapıldığında uzun vadeli hedefler de mutlaka belirlenir. METNA oluşumu da aynı şekilde oldu. Her bölgenin belli bir büyüme planı var. O yüzden sürdürülebilir bir satış stratejiniz mutlaka olmalı.

Diğer taraftan satış işini bütüncül bir yaklaşımla ele almalısınız. Ekibimizin çalışmalarını müşteri hizmetleri, teknik ekip ve satış ekibi olarak üç ayaklı düşünmek gerekir. Bizler müşteri hizmetleri ekibiyle de yakın temastayız teknik ekiple de. Yeri geldiğinde beraber müşteri ziyareti yapıyor ve birlikte müşteriyi daha iyi anlamaya çalışıyoruz.



### “Satış ekibi şirketin görünen yüzü”

**Emre:** Cargill’in arkasında çok büyük bir ekip var. Müşteri hizmetleri, teknik ekip, finans, muhasebe... Arkamızda yüzlerce insan var ama biz şirketin görünen yüzüyüz. Bence satış ekibinde olmanın hem zevkli hem de zor tarafı; bizim sürekli piyasada olmamız ve müşterinin karşısında Cargill denildiğinde akla gelen ilk isim olmamız.

### “Cargill’in know how’u çok büyük”



**Alper:** Günümüzde en değerli şey bilgi. Cargill’in de bilgi portföyü, networkü çok geniş. Satıştan gelen herhangi bir istek olduğunda, teknik anlamda bilgi rahatlıkla bulunabiliyor. Böyle olunca siz direkt karşı tarafın çözüm ortağı oluyorsunuz. Karşı tarafa güven vermek de, zaten her zaman hedeflediğimiz şey. Satışta bu güveni arkanıza alıyorsunuz; müşterinin prosesini iyileştirmek, ürününü geliştirmek için elinizden geleni yaptığımızı müşteriye

hissettirebiliyorsunuz. Müşterinin ürününde geliştirilmesi gereken bir şey gördüğümüz zaman, “Bunu kullanırsanız çok daha iyi olur” diyebiliyoruz. Çünkü Cargill’in know how’u çok büyük.

**Toygun:** Zaman zaman “Müşteriyi değiştirmek” dediğimiz, bir anlamda müşterilerin çalışma şekline de etki etmek gerekebiliyor. Her ay önümüzdeki iki seneyi görmemizi sağlayacak planlar yapıyoruz. Bu bizim çok daha planlı gidebilmemizi sağlayan işleyen bir sistem. Biz bu sistemin onun müşteri tarafında, “Hangi müşterimize hangi ürünlerin satışını yapıyoruz ve satışını yapmadığımız hangi ürünlerimizi onlara sunabiliriz?” gibi sorular üzerinde çalışmalar yapıyoruz. Bu çalışma bize Türkiye’deki fabrikalarımızdan 24 aylık satışımızı planlarken de yardımcı oluyor. Daha iyi planlama, zamanında teslim, aksamayan üretimler; bunların hepsi bir zincir gibi birbirine bağlı ve Cargill bu zincirin her bir halkasında sürekli olarak kendini aşmaya çalışıyor.

### Ekip ruhu için neler söylersiniz?

**Toygun:** Bu ekip, aslında 6 aydır bir arada. Yani ekip olarak, bir bakıma alışma ve ısınma sürecindeyiz. Her geçen gün biraz daha gelişme gösteriyoruz.

Bu şirkette birbirinin önüne geçmeye çalışan bir ekip ve çalışma ortamının olmaması, çok büyük avantaj. Cargill kültürünün bir parçası bu. Ekip değişse de bu devam ediyor.

**Tuncay:** Cargill Kültürü deyince, açık ofiste çalışmak da, özellikle yeni başlayan arkadaşlarımız için bir nevi oryantasyon oluyor. Müşteri ile nasıl konuşulur, stresli bir ortamda nasıl tepki verilir, hepsini yaşayarak görüyorlar. Bu şirket kültürünü de ön plana çıkarıyor. Çalışanların benzer giyim tarzlarının olması bile sonuçta o kültürün bir parçası.

**Tuba:** Müşteri ile olan iletişimde birbirimizi anlık güncel tutmakta da açık ofisin faydasını görüyoruz. Aynı müşteri grubuna bakan, fakat farklı ürün gruplarından sorumlu olarak, herhangi bir gelişmeden anında haberdar olabiliyoruz.



**Ceren:** Cargill'de son derece yatay bir hiyerarşik yapı var. Herkese gidip çok rahat bir şekilde sorup, öğrenebiliyorsunuz. Onun da satışlara olumlu yansımaları oluyor. İnsana yaklaşım çok güzel ve biz çok iyi anlaşılan bir ekibiz.

**Toygun:** Ürün müdürlerimizin bu ofiste olması da bizim için büyük avantaj. Onlardan aldığımız bilgilerle müşterinin karşısında daha güvenli, rahat konuşabiliyoruz, onu yönlendirebiliyoruz.

**Yasin:** Aslında son 3 senede şirketin geldiği noktaya da bakmak lazım. 2014 yılında Cargill'e geldiğimde sadece Orhangazi fabrika vardı. Daha sonra Alemdar ve Turyağ fabrikaları satın alındı. Bence şirketin son 3 senedeki büyümesi, herkese çok ciddi fırsatlar yaratıyor. Ekip olarak bizi ayakta tutanlardan bir tanesi de bu oldu. Çünkü satış ekibi, şirketin yüzü ve piyasadaki gelişmelerden haberdar ederek, birçok fırsatı da şirkete sunuyor.

**Toygun:** Bu çok önemli. Satış ekibi olarak hedeflerimizden bir tanesi, mevcut müşteriye yeni ürün, yeni müşteriye yeni ürün veya yeni müşteriye mevcut portföyden bir ürün sunmak. Bütçelerimizi tutturmak tamam ama bir yandan da her sene şirkete hiç satılmamış ve hiç yapılmamış bir işi kazandırıyor olmak, 100-150 tane yeni işte bulunuyor olmamız demek.

### Cargill, gıda sektöründe 5 bine yakın müşteriye ulaşıyor

**Tuncay:** Bizim bugüne kadar gitmediğimiz il kalmamıştır. Türkiye'nin dört bir yanını defalarca gezdik. Ticari ve teknik ekipten iki arkadaş, son 15 yılda 2880 müşteri ziyaretimiz olmuş.

Cargill, Türkiye'de gıda sektöründe yer alan irili, ufaklı 5 bin civarı müşteriye ulaşıyor. 5 ana distribütörümüz, onlara bağlı 200'e yakın ara bayimiz, bizim ya da distribütörümüzün ulaşamadığı noktalara gidiyor.

### Ekibe yeni katılmış arkadaşlar; Cargill'de çalışmakla, önceki iş yerlerinizin bir karşılaştırmasını yapar mısınız?



**Ahmet:** Ben daha önce de gıda sektöründeydim. Cargill'de etik değerlere çok önem veriliyor. En üst kademedan, en son birime kadar biz bunu firma kültürü ve prensibi olarak üzerimize de taşıyoruz. Cargill'de bunları benimsiyor olmak ve bunları açısından eğitiliyor olmak çok önemli bir şey.

Yaptığımız iş sadece satış yapmak değil, aynı zamanda kendimizi de geliştirmek, bununla beraber müşteri tarafını da çözüm odaklı geliştirmemiz gerekiyor. Bence Cargill, bu tür şeylere insanları yöneltmesi ile farklılaşıyor diğer şirketlerden...

Bir de burada diğerlerinden farklı olarak müşteri hizmetleri, lojistik, teknik ekip ve ürün müdürleri için kendilerine düşen kısmını hallediyor, satışçılar daha müşteri tarafında çalışıyorlar. Bence bu çok büyük bir avantaj. Diğer departmanlardan aldığımız yardımlarla, günlük işler için harcayacağınız zaman elimine edilmiş oluyor.

### Cargill, hep ilk 3'ü hedefliyor

**Yasin:** Cargill'de yaptığınız her iş tanımlı ama eğer bir projeniz varsa ve bunu iyi anlatabiliyorsanız, sizin inisiyatif almanızı istiyorlar ve çok ciddi destek veriyorlar. Bu da çalışanları cesaretlendiriyor.

Bence Cargill'in en büyük artısı; faaliyet gösterdiği sektörlerde hep ilk 3'ü hedeflemiş olması ve sürekli kazandığı parayı yatırıma dönüştürmesi... İlk kurulduğu zaman emtia ticareti yaparken, bugün katma değerli ürünlerde, kakao, yağ gibi endüstriyel ürünlerde çok ciddi portföy ve müşteri sahibi.

Buralara gelirken de insana yaptığı yatırım da çok ciddi boyutta. Farklı sektörlerde çalıştığım için biliyorum, Cargill dışarıda bir okul olarak görülüyor. Sektörde çok fazla Cargill'li var. Bu da açıkçası keyif veriyor.







### Satış ekibinde olmak nasıl hissettiriyor?

**Toygun:** Satış ekibinde çok daha fazla ön planda oluyorsunuz. Şirket içerisinde kariyer hedefleri manasında “satıştan geçersen daha farklı yerlere yürüyebilirsin” gibi bir algı da var. Kendimizi ekip olarak ayrıcalıklı hissediyoruz.

**Yasin:** Bunu söylerken, şirket kültürü itibarıyla, egoları yüksek olanları barındıran bir ekip de değiliz. Benim gördüğüm bir organizasyon şeması olup da, en yatay hareket eden şirketlerden biriyiz.

### “Cargill şeffaf bir şirket”

### Kamuoyuna yansıyan söylemler müşteride karşılık buluyor mu?

**Tuba:** Müşterilerden aldığımız geri bildirimlerde Cargill için; etik, tamamen regülasyonlara uygun hareket eden, güvenilir ve sürdürülebilir bir tedarikçi algısının olduğunu çok net bir şekilde görüyoruz. Süreçler, ürün kalitesi, ürün içeriği, şeffaf bilgi paylaşımı tarafında müşterilerimiz bize güveniyor.

**Toygun:** Cargill ürünleri ara mamul, dolayısıyla nihai ürün olarak raflarda yok. Müşteri ürün etiketlemesinde hangi ürünü kullandığını gösteriyor. Süreçlerimizi, bakış açımızı bildiği için de Cargill’den aldığında en savunabileceği ürün olduğunu da biliyor.

**Yasin:** Biz o anlamda da çok şeffaf bir firmayız. Müşterilerimizi sürekli fabrikalarımıza davet ediyoruz. Fabrikaya gelip, laboratuvarı görüp, fabrika müdürleri, prodesten sorumlu arkadaşlarımızla konuştuklarında çok etkilendiklerini görüyoruz.

Fabrikalarımız bir gıda şirketi için oldukça gelişmiş, temiz, sürekli yatırım yapılan tesisler olduğu için gönlümüz ferah bir şekilde onları bu ziyaretler için cesaretlendiriyoruz.

**Toygun:** Bu satışa destek için bizim de kullandığımız bir araç aslında. Çünkü çok şükür ki, gururla gösterebileceğimiz prosesler, fabrikalar, teknik ekipler var.

**Tuncay:** Ciddi bir güven var piyasada Cargill’e... Teknik ekibimiz, know how’ımız her an müşterinin yanında, müşteri bunu hissediyor. Bir sıkıntı ile karşılaştığında çözümün bizde olduğunu biliyor.

### “Ağzımızın tadı hiç bozulmasın!”

Cargill Gıda Türkiye Endüstriyel Müşteriler Satış Ekibi ile sohbetimize, Toygun Atlan’ın tüm ekip arkadaşları adına yeni yıl için dilekleri ile noktayı koyuyoruz:

“Huzur ve mutlulukla geçireceğimiz, keyifli tüketimlerin olacağı, ağzımızın tadının hiç bozulmayacağı güzel bir sene olsun.”

# Bir Şehre Güç Katmak

**Eski adıyla Bombay, yeni adıyla Mumbai, 22 milyon nüfusu ile Hindistan'ın en büyük, dünyanın ise dokuzuncu büyük şehri olmasının yanı sıra dünyanın nüfus yoğunluğu en fazla üçüncü metropolü... Cargill, trafolar için biyolojik kökenli sıvı ürünü Envirotemp FR3 ile Mumbai'de elektriğin daha güvenli ve sürdürülebilir bir şekilde iletilmesine yardımcı oluyor. Diğer bir tanımla Bollywood'un da kalbinin attığı Mumbai'nin enerjisinde Cargill'in de imzası var.**

Hızla büyüyen bir megaşehre elektrik sağlamak kolay değil.

Bombay'da yaşayan 22 milyonluk nüfus, kilometre karede 20,463 kişilik yoğunluk oranıyla dünyanın en yoğun 3. metropolü. Bombay bu oran ile New York'un 2 katı yoğunlukta. Nüfus büyüdükçe ve gelir seviyesi arttıkça, özellikle genç tüketiciler modern yaşamın sunduğu en yeni teknoloji ürünlerini kullanmak istiyor.

Bu trend, enerji talebini fazlasıyla artırıyor ve güç şebekesi üzerinde gittikçe ağırlaşan bir yüke neden oluyor.

Hindistan'ın en büyük entegre güç firmaları büyümek için istikrarlı bir güç kaynağına sahip olmak zorunda olduklarını söylüyorlar. Çünkü elektrik şebekesi 7 gün 24 saat hiç kesilmeden çalışmalı. Bombay'a baktığımızda, şehrin dikey büyüdüğünü görüyoruz. Yük yoğunluğu ise gittikçe artıyor. Yük yoğunluğu, daha az alan, daha yüksek nüfus gibi etkenler bir araya geldiğinde güvenli ve çevre dostu bir çözüm bulunmasını zorunlu hale getiriyor.

Ülkenin artan enerji talebini karşılayabilmek için ihtiyaç duyduğu çözüm Cargill'de var: Envirotemp FR3 dielektrik trafo sıvısı.

Cargill, Envirotemp FR3 biyolojik kökenli sıvısı ile nüfusun yoğun olduğu Hindistan'da elektriğin daha güvenli ve sürdürülebilir bir şekilde iletilmesine yardımcı oluyor. Bitkisel yağdan üretilen bu biyolojik kökenli sıvı, yerine kullanıldığı petrol ürünlerinden 56 kat daha düşük karbon emisyonuna sahip. Biyolojik olarak indirgenebilen bu sıvı, petrol ürünlerine kıyasla çok daha yüksek yangın güvenliğine sahip, trafoların daha yüksek yük kapasitesinde çalışmasına olanak tanıyor ve trafoların ömrünü uzatıyor.

Cargill Endüstriyel Ürünler'in bir parçası olan Dielektrik Sıvılar biriminin küresel genel müdürü Dave Roesser, "Birçok elektrik firması, maliyet açısından büyük bir baskı altında.

Maliyet tasarrufuyla birlikte diğer yangın güvenliği ve çevresel avantajları düşününce, FR3 sıvısının Bombay gibi bir şehri dönüştürme potansiyelinin olduğunu görüyoruz." şeklinde konuşuyor.

Cargill'in ekibi, 25 mega volt amper üretebilecek, normalden daha küçük bir trafo için bir prototip oluşturmak amacıyla Hindistan'da yerel firmalar ile birlikte çalışmaya başladı. Prototip beklenenden daha iyi performans gösterdi. Prototip, planlanandan daha yüksek kapasiteye %17 daha düşük ayak iziyle birlikte çıkmayı başardı. Yer sıkıntısı yaşanan yoğun bir şehirde bunun önemi büyük. %16 maliyet tasarrufu sağlayan prototip, daha sessiz çalışmasıyla da şehir ortamına katkıda bulunuyor.

Cargill Foods India'nın endüstriyel yağlar biriminde kıdemli kategori yöneticisi olan Udipt Agarwal, "Müşterilere onları uzun bir süre desteklemek için yanlarında olacağınıza dair garanti vermelisiniz. O nedenle piyasadaki kararlılığımızı gösterecek gerekli yatırımları yapmanın faydalı olacağını biliyorduk." dedi.

Sonuç olarak Cargill, Bombay'dan 160 kilometre uzaktaki Kurkumbh'ta FR3 sıvısı üretim tesisi inşa etti. Eskiden Cargill bu ürünü ABD'den getirmek zorunda kalıyordu. Yurt içinden tedarik sağlamak suretiyle Hindistan'a artı fayda sağlayan Cargill açtığı bu tesis ile Hindistan'da üretilen ürünü burada bulacak olmanın rahatlığını müşterilerine sağlamış oldu ve bu olumlu gelişmeyi müşterileri ile uyum içerisinde çalışıyor olmaya başladı.

Bölgede, gittikçe büyüyen bir uzman Cargill ekibi, teknik destek sağlamak amacıyla küresel dielektrik sıvıları grubuyla birlikte çalışıyor. Cargill Bombay'da yaptığı çalışmanın; kendisine, büyümesi beklenen diğer yoğun nüfuslu şehirler için değerli bir bilgi birikimi sağladığını düşünüyor.

Hindistan enerji endüstrisi ortamını Cargill ile değiştirebilir ve bu dünyadaki tüm ülkeler için kolay bir şekilde benimsenebilecek yeni bir örneği teşkil edebilir.







# BEYAZ FIRIN İKİ ASIR SONRA YENİDEN AVRUPA YAKASI'NDA!

İstanbul'un imza pastanelerinden Beyaz Fırın'ı Ataşehir'deki şubesinde ziyaret ederek Nathalie Stoyanof Suda ve Dimitri Stoyanof ile bir araya geldik. Tam beş nesildir pastacılığa gönül veren Stoyanoflar ile, "Beyaz Fırın"ın da ismini aldığı un, tuz, şeker ve yağla yoğrulmuş, dünden bugüne uzanan keyifli bir lezzet yolculuğuna çıktık!

## Beyaz Fırın hikayesi nasıl başlıyor?

**Nathalie Stoyanof Suda:** Büyük dedemiz Kosma Stoyanof, 1836'da Makedonya'dan İstanbul'a göç ederek Balat'a yerleşmiş ve Balat'ta küçük bir poğaçacı, börek, çörek fırını açmış. Akabinde çocukları için zaman içerisinde Karaköy, Sarıyer ve Üsküdar'da da küçük fırınlar açmış. Yıllar içerisinde ise bu fırınların hepsi bir bir ya kapanmış ya da devredilmiş. 1900'lerin başında ise Üsküdar'dan Kadıköy'e geçilmiş ve önce Kadıköy'de başka bir lokasyonda açılan fırın bir süre sonra şimdiki yerine taşınmış. Önce babamın amcası ve babamın babası devralmış fakat sonra o ortaklık da bir şekilde sonlanınca, dedemin yurt dışına yerleşme kararıyla tamamen babam devralmış. 1999'a kadar da babam tek başına yönetmeye devam etti, sonrasında ise yönetimi benimle paylaştı.



Nathalie Stoyanof Suda



Dimitri Stoyanof

Şubeleşme serüvenimize gelirse de, Kadıköy'den sonra 1993'te Çiftehavuzlar, 2004'te Erenköy, 2005'te Suadiye, 2008'de Ataşehir, 2015'te Akasya AVM ve nihayet geçtiğimiz günlerde de Etiler şubemizi açmış bulunuyoruz.

## Çok uzun bir geçmişten söz ediyoruz. Bu süre içerisinde istikrarlı bir biçimde büyümeyi sürdürmenizi neye bağlıyorsunuz?

**Nathalie Stoyanof Suda:** Küçük bir poğaçacı, börek, çörek fırını ile başlayan serüven; beş nesil boyunca her dönemin ihtiyaçlarına göre bir şeyler eklenmesiyle gelişerek yoluna devam etti. Dedem pastaya çok meraklı, çok iyi bir ustaydı. Zamanında Beyaz Pastane diye bir yer açıyorlar. Aile büyüklerinin işlerini ayırdığı dönemde birinde Beyaz Pastane, diğerinde Beyaz Fırın kalıyor. Ne yazık ki benzer bölünmeler aile ve şirketlerde yaşanabiliyor. Ne mutlu bize ki biz aile işini devam ettirip büyütebilenlerden olmuştuk. Beyaz Fırın'a babam bir sürü yeni ürün ekliyor. Tabii dönemin koşulları da eklenen ürünleri etkilemiş. Örneğin II. Dünya Savaşı sonrasındaki kıtlık döneminde bir süre acıbadem kurabiyesi ile idare edilmiş. O dönemde un karneye bağlı olduğu için, içinde un olmayan acıbadem yaparak ticari devamlılık sağlanmış. Yine bir başka örnek 1980'de Narh Vergisi çıkınca belediye tarafından açma ve kuru poğaçacı için bir satış fiyatı belirlenmiş, halbuki belirlenen fiyat ancak bizim maliyetimize denk geliyor. Bunun üzerine babam, açma yerine yakın tatta "patatesli sarma" diye yeni bir ürün çıkarıyor. Patatesli sarma bugün halen sattığımız ve çok da sevilen ürünlerimiz arasında yer alır.



### Siz nasıl işin içine dahil oldunuz? Yurt dışında aldığınız pastacılık eğitiminden sonra mı karar verdiniz?

**Nathalie Stoyanof Suda:** Yurt dışında aldığım eğitim aslında işin çok küçük bir kısmı. Babam sağolsun o dönem araştırmış ve beni Cordon Blue'ye kaydettirmişti. Ama merakım çocukluktan başladı. İlkokul 4. Sınıftan beri mutfaktayım diyebilirim. Hiç unutmam, annemler akşamları misafirlige gidince ben evde kalır, mutfağa girer ve 4-5 çeşit yapmadan çıkmazdım. Öte yandan St. Benoit mezunuyum ve Fransızca bilmemin büyük avantajını yaşadım. O dönem Fransızca kaynaklardan, kitaplardan, yabancı TV kanallarından okuyarak, seyrederek pek çok tarif öğrendim. Diğer yandan dedem Amerika'ya yerleştikten sonra orada bir restaurant işletmeye başlamıştı. Yazları yanlarına giderdim, keza amcam çok iyi bir aşçı ve iyi bir gurmeydi. Yaklaşık 8 yıl boyunca her yaz iki ayımı yanlarında geçirdim. Amcam beni yeni tatlar keşfetmem ve damağımın gelişmesi için en iyi restaurantların nispeten daha uygun olan öğle yemeği servislerine götürürdü. O dönem bizle çalışan ustalarımızdan, Hıdır Usta az çekmemiştir benden. Onunla birlikte mutfağa girer bir sürü yeni ürün denerdik. St. Honore'ler, Tart Bruton'lar hep o dönemde çıkardığımız ürünler arasında. Geriye dönüp bakınca bir çok yeniliği çok erken yaptığımızı görüyorum aslında. Bugün bile yapılsa yenilik olarak addedilebilecek şeyleri biz bundan yirmi sene evvel yapmışız.

### Zaman içerisinde pastacılığın dinamikleri nasıl değişti? Beyaz Fırın için öne çıkan değişiklikler neler oldu?

**Nathalie Stoyanof Suda:** Hem müşteri profili hem de yaşam şekli zaman içerisinde çok değişti. Özellikle 2000'lerin başında kafe kültürünün gelmesiyle, ev yaşamı sokak yaşamına dönüştü ve her şey hızla değişmeye başladı. Evde misafirlik devri kapandı, doğum günleri hariç en son ne zaman pasta alıp eve götürdüğünüzü bir düşünsenize!

Benim açımdan ise babamın benim önümü açması çok etkili oldu. Babamın yerinde bir başkası olsa, ne ben bu işe soyunabilirdim ne de Hıdır Usta karşısındaki 17-18 yaşlarında çocuk denebilecek yaştaki bir kızın sözüyle mutfağa girip beni dinlerdi. Babam üretimdeki bütün yenilikleri bana teslim etti ve zaman içerisinde ürün çeşitliliğimizi arttırarak dönüşerek değiştik. Beyaz Fırın için temel değişikliklerden bir tanesi de Chez Nathalie markasını çıkarmamız oldu aslında. Çikolata yapmaya karar verince Beyaz Fırın'dan başka bir markayla çıkaralım istedik ve böylelikle Chez Nathalie markası doğdu. Diğer yanda 2008-2015 arasında, Suadiye Mağazamızdan başlayarak mevcut mağazalarımızı yenileme sürecine girdik ve 2012 yılında Suadiye'yi, 2013 yılında da Ataşehir mağazalarımızı, "Brasserie" konseptine geçirdik. 2015'te Akasya AVM'deki mağazamızı ve Şubat 2017'de açtığımız Etiler mağazalarımızı da Brasserie konsepti ile açtık.





### Beyaz Fırın'ın başarısının sırrını neye bağlıyorsunuz?

**Nathalie Stoyanof Suda:** Bizim, beş nesildir geçerli dededen kalma ilkelerimiz var. Aslında beş nesildir işimizi başarıyla sürdürebiliyor olmamızın sırrı belki de bu ilkelerde gizli. Ham maddenin en iyisini kullanacaksın ve ham maddeden kesinti yapmayacaksın. Bu hiç söylenmedi bile, DNA'mızda vardı. Beyaz Fırın'a gittiğinizde malzemesi az bir şey olmaması lazım. Öte yandan ürün ve kalite bizim merkezimizde. Biz her şeyden önce ürünü çok seviyoruz.

### Her sektörün olduğu gibi pastacılık sektörünün de problemleri var muhakkak... Sizce sektörün temel problemi nedir?

**Nathalie Stoyanof Suda:** Sektörün temel problemlerinden bir tanesi servis elemanı. Maalesef kimse servis elemanlığını bir meslek olarak görmüyor. Bu bakış açısı da gelişmediği müddetçe serviste başarılı olmak söz konusu değil. Biz Beyaz Fırın olarak çalışanlarımıza çok değer veriyor ve bu değeri de kendilerine hissettirmeye çalışıyoruz.

### Güncel trendleri değerlendirdiğinizde, sizce bir sonraki adımda sektörü neler bekliyor?

**Nathalie Stoyanof Suda:** Aslında artık yapacak bir şey kaldı mı diye merak ediyorum. Dükkanlar çok güzel, karşılamalar çok iyi, çok güzel pazarlamalar yapıldı, yapılmaya da devam ediyor. Fakat bazen düşünüyorum da, sanki biraz ürün geri planda bırakıldı. Ben şahsen ürünün özüne eğilmeye başlayacağını düşünüyorum. Biz bu konuda şanslıyız, biz ürüne eğilmeyi hiçbir zaman bırakmadık, aile kültürümüzden gelen geleneğe bağlı olarak ürün her zaman bizim merkezimizde olmaya devam etti. Şu anda her şey fazla dokunulmuş gibi görüyorum. Nitekim eskiden üretmek zormuş, şimdi ise satmak zor. Dolayısıyla insanların dikkatini çekmeniz gerekiyor, ki bu da hiç kolay değil. Ama eninde sonunda doğallığa geri döneceğini düşünüyorum.



### Pastacılığa gönül veren gençlere ne tavsiye edersiniz?

**Nathalie Stoyanof Suda:** Muhakkak bir mutfakta çalışmalarını tavsiye ederim. İşin zorluklarını görmek, bu zorlukların ne kadarını kaldırıp kaldıramayacaklarını anlamak için bu çok önemli. Öte yandan bir gıda işletmesi sahibi olmak, ürünü ve mutfakta olmayı sevmekle bitecek bir şey değil. Hatta sevmek bu işin sadece %5-10'luk kısmı. O yüzden bir süre gerçek bir mutfakta kendilerini denemeleri, deneyim kazanmaları şart. Ben kendi çocuklarıma da söylüyorum, sevdiğiniz işi yapın ama önce gerçekten sevip sevmediğinizden emin olun. Günümüzde çok sayıda uyarıcı ve bir o kadar da seçenek var, dolayısıyla önce işin içinde vakit geçirip dikenlerin de batmasına müsaade etmek gerek.

### Kısa bir süre önce İstanbul Avrupa Yakası da Etiler Şubenizin açılmasıyla Beyaz Fırın'la buluşmuş oldu. İstanbul dışında da şube açma planlarınız var mı?

**Nathalie Stoyanof Suda:** Beyaz Fırın'ı Avrupa yakasına da taşımak en çok istediğimiz şeylerden bir tanesiydi. Nitekim Etiler'deki şubemizin açılışıyla tam iki asır sonra Avrupa yakası'ndaki müşterilerimiz ile buluşmanın heyecanını yeniden yaşamış olduk. Nispetiye Caddesindeki şubemiz full konsept brasserie tarzında ve 750m<sup>2</sup> kapalı, 450m<sup>2</sup> açık alanı ile 350 kişilik oturma kapasitesine sahip. Öte yandan Türkiye'de franchise vermeyi düşünmediğimiz için, İstanbul dışına açılma gibi bir planımız da şu an için yok.



### “Evimizin katlarını Turyağ ile doldururduk”

**Dimitri Stoyanof:** Amcamın zamanında, 1960'larda yağ bizim temel kalemimizdi. O dönemde Beyaz Fırın'ın ana ürünleri arasında poğaçaya, paskalya çöreği ve kandil simidi başı çekiyordu. Üçünde de Turyağ kullanıyorduk: NTY ve STY.

**Nathalie Stoyanof Suda:** Ben çocukken, Kadıköy'de 7 katlı bir aile apartmanında otururduk. Kat kat yağ aldığımız günleri hatırlarım. Stres olurdu, Turyağ geldi geliyor, katlar doldu dolmadı.

**Dimitri Stoyanof:** Hiç unutmam, Kadıköy'deki Beyaz Fırın'ın bulunduğu dükkanı satın alırken yarısını peşin verdik, yarısını da vadeye bağladık. Hasılatın yarısı senetleri ödemeye gidiyordu. Apartmanın iki katını birden doldurduğum Turyağ'ları o senetleri ödemeye çalışırken bitirmiştik.

# Genç Yöneticiler İş Başında!



Yaklaşık 2 yıl önce Cargill Teknik Yönetici Yetiştirme (Technical Management Trainee - TMT) ve Yönetici Yetiştirme (Management Trainee - MT) Programı'na seçilen dokuz genç, kariyerlerine hızlı bir başlangıç yaptılar. Bugün bazıları Türkiye genelindeki fabrikalarda, bazıları da Cargill İstanbul Ofis'te şirketin başarısı için çalışıyor.

Gebze Alemdar Kimya Tesisi - Üretim Süpervizörü Fuat Molon, Orhangazi Mısır İşleme Tesisi - Rafineri Süpervizörü Nihan Ovat, Süreç Geliştirme Mühendisi Gizem Uzun ve Finans Uzmanı Özlem Şenay, Balıkesir Turyağ Fabrikası - Gıda Güvenliği ve Kalite Mühendisi Tuğba Akkoyun, Üretim Mühendisleri Kübranur Armutlu ve Hazal Baştar, Cargill İstanbul Ofis'te Teknik Servis Uzmanı Yaprak Bulut ve Satış Yöneticisi Ceren Türkmen....

Nisan 2015'te programa seçilen ve programlarını tamamlayarak işe başlayan gençlerin bugün buldukları görevler; Cargill İnsan Kaynakları'nın çalışan seçimindeki isabetin ve seçilen gençlerin kendilerine sunulan fırsatı nasıl da iyi değerlendirdiklerinin göstergesi...

Sizler için Cargill İstanbul Ofis'te Fuat, Nihan, Yaprak ve Ceren'le buluştuk. İş yoğunlukları nedeniyle aramızda olamayan diğer arkadaşlarımızın düşüncelerini ise e-posta ile aldık. Klasik ve bir o kadar da esprisi yapılan o soru ile gülümseyerek sohbetimize başladık.

## Neden Cargill?

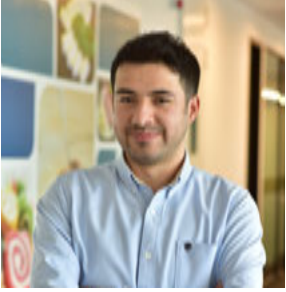
“Cargill'i neden tercih ettiniz?” sorumuza verdikleri yanıtlar, Cargill'in öne çıkan özellik ve niteliklerinin genç MT'ler tarafından ne denli benimsendiğini de gösterdi:

“Çünkü Cargill; dünyayı beslemek gibi iddialı bir vizyona sahip; çok fazla insana dokunan, çalışanlarına fırsatlar sunan, yeniliklerin öncüsü, farklı kültürleri içinde barındıran, dinamik bir uluslararası şirket...”



### “Cargill’de iyi bir yönetici profili var”

TMT Programı ile başlayan süreci değerlendirmelerini istiyoruz, Cargill’in sahip olduğu değerler ve özellikler öne çıkıyor.



**Fuat Malon:** “Cargill’de çok dinamik bir yapı var. İş ile ilgili bir fikriniz varsa, her kademedeki çalışan buna saygı gösteriyor ve fikri gerçekleştirmeniz için size destek oluyor. Üstelik eksik kaldığınız noktaları tamamlayıp, iyi bir yönetici profilini de size gösteriyorlar” diyor.

Şirket için doğru insanı seçmeye gösterilen özenin altını çizen Yaprak ise görev tanımı belirlendikten sonra işin nasıl yapılacağını kişiye bırakıldığını vurguluyor.

### “Yeniliğe, eleştiriye, değişime açık bir şirket”



**Nihan Ovat:** “İşe başladığım andan itibaren kendimi bu ailenin bir ferdi gibi gördüm. Yeniydim ama görüşlerime verilen değer ile Cargill’in eleştiriye, yeniliğe ve değişime ne kadar açık bir şirket olduğunu gösterdi.”

Son zamanlarda satın almalarla büyüyen Cargill’in kadrolarında da gençleşmek isteyen bir şirket olduğuna

dikkat çeken Ceren ise “Bizimle başlayan MT’lik çok farklı bir kültür gerektiriyor ve Cargill’de bu kültürü taşıyabilen bir şirket. Yeni fikirlere açık, size değer verildiğini hissediyorsunuz.” ifadelerini kullanıyor.

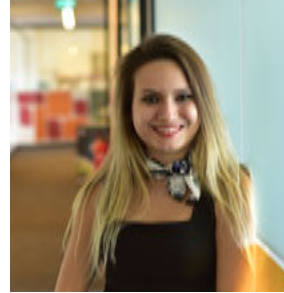


**Kübranur Armutlu:** “Turyağ fabrikasında MT olarak işe başladığım ilk yıl, üretim prosesleri projeleri ile beraber iş güvenliği, rafineri gibi diğer birimlerde çalışma imkanı buldum. Bu süreçte aldığımız kişisel yeteneklerimizi ve yönetim becerilerimizi geliştirmeye yönelik eğitimler sayesinde, çalışma hayatımıza bugün ve ileride katkı sağlayabileceğiz. O nedenle MT’ler olarak kendimizi şanslı hissediyoruz.”

### “Cargill, farklılıklardan beslenen bir şirket”

**Kübranur Armutlu:** “Cargill’in çok kültürlü dinamik bir yapısı var. Hemen yan masada diğer ülkelerden gelen farklı bakış açısı ve bilgilere sahip çalışma arkadaşlarınız olabiliyor. Bu da, içerisinde bulunduğunuz organizasyonun sadece isim/tanım olarak değil, pratik olarak da işlevini yerine getirdiğinin bir yansıması. Kurumsal yapısı, dinamizmi ve sürekli gelişen yapısı, size işi geliştirirken kendinizi de geliştirme avantajı sağlıyor” diyor.

**Nihan Ovat:** “Cargill işe alım süreçleri ile profesyonelliğe yatkın, aradığı özelliklere sahip kalifiye elemanları ama aynı zamanda şirket kültürüne çok rahat adapte olabilecek, çalışan profiline uygun insanları seçmiş oluyor. Yani Cargill ne istediğini bilerek seçim yapıyor.”



**Yaprak Bulut:** “Cargill farklılıklardan beslenen bir şirket. Ortak değerleri var. Bunlar, farklı disiplinlerden gelen insanların ortak bir amaç doğrultusunda ilerlemesini sağlayan en temel unsur.”

**Nihan Ovat:** “Yaprak’a katılıyorum. Aynı zamanda farklılıklarımız kadar ortak noktamız da çok fazla... Sınırlar tanımlanıyor ama o sınırlar içerisinde gayet özgürsünüz. Cargill’de kişi kendi fırsatlarını yaratabiliyor ve Cargill fırsatlara son derece açık bir şirket.”



**Ceren Türkmen:** “Yeniliğe, öğrenmeye, değişime açık, risk almayı seven, esnek... Cargill’de inisiyatif alabiliyorsunuz. Tüm bu pozitif unsurlar Cargill’i besliyor. Kendi kulvarında hep bir adım önde olmasını sağlıyor.”



### Cargill kariyer için doğru adres!

MT'lerin Cargill'e başladıklarında "Doğru zamanda, doğru yerde" oldukları düşüncesini, aradan geçen iki yıl da doğrulamış... Orhangazi'de önce rafineri proses geliştirme mühendisi, ardından rafineri süpervizörü olan Nihan, her şeyin çok hızlı olduğunu söylüyor ve ekliyor:

"Bana bu kadar kısa sürede böyle bir pozisyona geleceğimi söyleseler hayal bile edemezdim. Ama gerçekten doğru zamanda, doğru yerdedik. Cargill'de başladığım için 1-0 önde hissediyorum kendimi. Size iş yapabilmemiz için gerekli ortamı hazırlamış; etik kurallara uygun, iş ahlakı, risk almayı seven, yenilikçi, değişime açık bir şirket var ve diyor ki, 'Çalış, geliştir, fikirler sun bize.' Bu yüzden kendimi çok şanslı hissediyorum."



**Hazal Baştar:** "Cargill'de TMT olarak çalışmaya başlamak diyebilirim ki aldığım en doğru kararlardan biri oldu. Kariyerin başındayken 'Hangi yönde ilerlemeliyim?' sorusuna cevap bulmak ve kendinizi tanımak için Cargill bulunmaz bir fırsat."

Cargill'in çalışanlarına şeffaf çalışma ortamı sunan bir şirket olduğunu

belirten Kübranur, "Samimi iletişim kurabildiğiniz bir ortamda çalışıyorsunuz ve yaşadığınız problemler için kapısının her zaman açık olduğunu bildiğiniz yöneticileriniz var" diyor.

İşin müşteri tarafında, bir müşterinin çözümüne ortak olmanın verdiği hazzı yaşadığını söylüyor Yaprak.

Cargill'in insana değer veren bir şirket olduğunu belirten Ceren de, bu nedenle kariyere başlamak açısından Cargill'i "doğru nokta" olarak tanımlıyor.

### Sorumlu Şirket, Gönüllü Çalışanlar!

Cargill, sosyal sorumluluğunun gereğini de yerine getiren bir şirket. Gönüllü Meslek Lisesi Koçu Nihan, koç arkadaşı Özgür Oğul ile birlikte Orhangazi Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi öğrencileri ile yürüttükleri programın ikinci yılında. "Amaç; öğrencilerin öz güvenlerini artırabilmek, biraz olsun onlara dokunabilmek, dünyaya bakış açılarını değiştirmek. Onların geliştiklerini, değiştiklerini görmek keyif verici" diyor.

Özel Sektör Gönüllüleri Derneği ile bir devlet okulunda İngilizce dersleri veren Ceren, "Derse giderken kimse, 'nereye gidiyorsun?' demedi. Cargill'de buna olanak sağlanması çok güzel." diyor.

Fuat, şirkette çevre duyarlılığına dikkat çekiyor, "Öncelik her zaman çevre. Cargill gelecekte sorumlu olduğunu deklare ederken önceliklerini belirlemiş aslında. Yani küresel sorumluluğunun farkında. Çalışan profili ise bu sorumluluğa katkı sağlayacak kadar bilinçli ve bir o kadar da projelerde gönüllü çalışıyor."

Yaprak ve Ceren, Avrasya Maratonu'na katılarak, Temel İhtiyaç Derneği (TİDER) yararına bağış toplayan ekipte yer almışlar. Koşu sırasında, 'Bağış yapanları düşün!' diyerek birbirlerini motive etmişler ve Cargill'in kurumsal olarak desteklediği bir projede gönüllü olmaktan kıvanç duymuşlar.

Tuğba ve Kübranur, Cargill Turyağ lokasyonunun ilk sosyal sorumluluk projesi olarak Bigadiç'e bağlı Çayüstü İlköğretim Okulu'na yardım kampanyasında çalışmışlar.



**Tuğba Akkoyun:** "Minikler Cargill'in desteğiyle artık yeni renklere bürünmüş okullarında gönüllülerin karşıladığı araç gereçlerle ders yapıyorlar. Biz ayrıca Balıkesir lokasyonunun ilk koçları olarak, meslek lisesi öğrencileriyle Meslek Lisesi Koçları Programına dahil olduk. Sadece aynaya bakıp kendisini gören değil, bulunduğu topluma dönüp bakmasını, topluma faydalı olmasını

bilen bir şirket Cargill. Bu alanda fırsatlar sunması da ayrıca mutlu ediyor biz çalışanlarını."

### Cargill'i nasıl tanımlarsınız?

**Yaprak Bulut:** İnsanlara dokunan, yenilikçi, gelişime açık...

**Fuat Malon:** Dinamik çalışma ortamı, hiyerarşide az kademe, şeffaflık...

**Nihan Ovat:** Sürekli öğrenme, değişime açık olmak ve engin bilgi birikimi...

**Ceren Türkmen:** Sıcak çalışma ortamı, bilgi paylaşımı ve 150 yıllık bir şirketin desteğini hissedebilmek...

**Kübranur Armutlu:** Yeteneklerinizi değerlendirebilen çalışma ortamı ve doğru insan kaynağı yönetimi, birimler ve fabrikalar arasında kurulmuş güçlü iletişim, çalışanlarına farklı oyun alanları ve yeri geldiğinde inisiyatif alma imkanı sunabilen...



### “Gıda üretmek büyük sorumluluk istiyor”

“Cargill’de, gıda alanında çalışmak nasıl bir duygu?” sorumuza Fuat, “Gıda üretmek çok büyük sorumluluk istiyor. Ürününüzün arkasında olmanız, gıda güvenliğini tehlikeye atabilecek her türlü riske karşı bütün önlemleri almanız gerekiyor. Çünkü gıdanın şakası yok” karşılığını veriyor.

**Nihan Ovat:** “En önemli şey insan sağlığı. Bu iş güvenliğinden başlıyor, gıda üretimi yaptığımız için ikinci olarak gıda güvenliği ekleniyor. Gıda üretmek çok ciddi bir iş. Çünkü işin sonunda insana dokunuyorsunuz.”

**Ceren Türkmen:** “İnsan sağlığı, güvenliği ve kalite. Bulunduğu ülkelerin standartlarına ek olarak ayrıca kendi standartları da var Cargill’in.”

### Yeni işe başlayanlara tavsiyeler

Kariyerlerinin başındaki gençler olarak Cargill’e sizden sonra gelecek olan gençlere neler önerirsiniz? diye sorduk ve....

Nihan, “Çok çalışınlar, sürekli öğrensinler. Cargill’de ne kadar istiyorlarsa sorumluluk alabilirler” derken, Ceren, “İstemekten çekinmesinler, daha çok istesinler” diyor.

Yaprak’a göre öncelikle ne istediklerini bilmeleri, hedeflerinin, hayallerinin olması ve o hedeflerinin peşinden koşmaları çok önemli: “Bir de kendilerini kültürel anlamda geliştirsinler, hobileri olsun. İş hayatında başarı kadar, insanın birçok yönden bir bütün olması da önemli.”

İşe yeni başlayacaklara fırsatları kovalamalarını ve standartları yüksek firmaları tercih etmelerini öneren Fuat da, “Birçok firma Cargill gibi junior insanlara çok fazla sorumluluk vermeyebilir. Ama ‘Ben bunu yaparım’ diyene de kimse bir şey demez. İş sahiplenmek lazım” diyor.

Hazal, “Kariyerin başında olanlara ve kendime tavsiyem ilk günkü şevki hiç kaybetmeden, yılmadan devam etmek olurdu. Öğrenmeye olan isteği hiç kaybetmemek iş hayatında mutlu olmanın sırrı bence.”

Kübranur, “Kendinizi tanıyın, ne istediğinizi bilin, sevdiğiniz işi yapın. İşinizi yaparken kendinizi de geliştirebileceğiniz şirketlerde çalışın” derken; “Bölüm ya da üniversite fark etmez, önemli olan kendimizi nasıl yetiştirdiğimizdir” diyen Tuğba’nın önerisi, “Kendinize güvenin ve şirketlerin genç mühendis yetiştirme gibi programlarına mutlaka başvurun. Bu programın bizlere kattıkları oldukça kıymetli, hele de Cargill gibi bir firmadaysanız...”

# Eşitlik Paradigmasına ilk imza ve söz Cargill'den

2030 yılına kadar kurumsal liderliğin tüm seviyelerinde cinsiyet eşitliği sağlamayı amaçlayan Paradigm for Parity<sup>SM</sup> hareketinin ilk imzacılarından Cargill, 27 CEO tarafından imzalanan 5 aşamalı faaliyet planına katıldı.

Kurumsal liderliğe yeni bir norm getirmeyi hedefleyen CEO, kıdemli yönetici, kurucu, kurul üyesi ve işletme akademisyenlerinden oluşan Paradigm for Parity<sup>SM</sup> (Eşitlik için Paradigma) Koalisyonu; kıdemli yönetici pozisyonlarında cinsiyet eşitliği sürecini hızlandırmak için şirketlere yönelik 5 aşamalı bir faaliyet planı hazırladı. Bir paket olarak uygulandığında değişim için katalizör olacak ve günümüzün yöneticilerine geleceğin en iyi liderleri olma fırsatını verecek cesur ve özel faaliyetler ile kadın ve erkeklere eşit güç, statü ve fırsat sağlanması hedefleniyor.

## Cargill, kadınlara daha fazla fırsat sunmaya hazır!

Aktif ve eski CEO'lar ile iş liderlerinin yer aldığı Paradigm for Parity<sup>SM</sup> felsefesinin hayata geçirilme sürecine katılan Cargill Başkanı ve CEO'su David MacLennan, şunları söyledi:

"Cargill, Paradigm for Parity<sup>SM</sup>'yi ilk imzalayanlar arasında yer almaktan gurur duyuyor. Biz, kucaklayıcı ekiplerin değer sağladığına inanıyor, önemli bir konu olan cinsiyet eşitliğini uygulamaya geçirmek istiyoruz. Çalışanların başarılı olduğu bir firma oluşturmak için harekete geçiyoruz. Bunun için yönetim kurulunda daha çok kadına yer vermeye de, gıda, tarım ve beslenme alanlarında ön saflarda çalışan kadınlara fırsatlar sunmaya da hazırız."

## Eşitlik için 5 adım!

Paradigm for Parity<sup>SM</sup>'nin değişim için katalizör olacak ve 2030'a kadar cinsiyet eşitliği yönünde ilerleme sağlayacak planındaki 5 adım şöyle:

1. İş yerindeki bilinçsiz ön yargıları ortadan kaldırmak veya en aza indirmek.
2. Kıdemli işletme pozisyonlarında çalışan kadınların sayısını arttırmak. Kısa dönemde tüm liderlik pozisyonlarında %30 kadın çalışan oranını hedeflemek.
3. Düzenli ilerleme raporlarıyla hedefleri ölçmek ve izlenebilirliği sağlamak.
4. Kariyer ilerlemesini ofisteki fiziksel mevcudiyet yerine işletme sonuçlarına ve performansına dayandırmak.
5. Uzun vadeli başarı için iyi pozisyonlardaki kadınlara danışmanların yanında sponsor da sağlamak.





Koalisyonun gündemini “kurumsal liderlik pozisyonlarında yeni bir norm” olarak tanımlayan ve bu normun kadın ve erkeklere eşit güç, statü ve fırsat sağlayacağını belirten Eş Başkan Ellen Kullman, “Cinsiyet açısından dengeli liderliğin finans ve borsa performansıyla ilişkisini gösteren güçlü kanıtlar var. Bu somut faydaların elde edilmesini sağlayacak cinsiyet dengesini oluşturmak için 27 büyük firmayla çalışmaktan gurur duyuyoruz.” şeklinde konuştu.

### Cargill neler yapıyor?

Yönetici pozisyonlarında cinsiyet eşitliği sağlamak zor bir görev ancak Cargill, şimdiden kadınları işe alma, şirkette tutma, geliştirme ve teşvik etmek için birçok adım atmış durumda. İşte bunlardan birkaçı:

- 2015 yılında ilk kez, firmanın 10 kişilik yönetici ekibinde 3 kadına yer verildi.
- Kurumsal olarak finanse edilen bir yetenek ekibi olan ve tüm dünyada yerel şubeleri olan Cargill Kadın Ağı (CWN) gittikçe büyüyor ve firmanın operasyonlarında değişimin önünü açıyor.

- Çalışan Anne Medyası (Working Woman Media) ve AVTAR anketi, kucaklayıcı politikaları ve işe alma uygulamaları ve yerel CWN çalışmaları nedeniyle, Cargill’i Hindistan’da kadınların çalışabileceği en iyi 100 firma arasında gösterdi.
  - Cargill, Latin Amerika’da profesyonel kadınlara iş dünyasında daha iyi fırsatlar vermeyi hedefleyen INCAE İşletme Okulu’nun Katılımcı ve Kadın Liderliği Ağı’nın tekrar lanse edilmesinde kurucu üye olarak görev aldı.
  - Cargill; esnek iş politikaları, emziren anneler için bebek odası, kadın mühendisler için özel programlar ve ABD’deki tüm ebeveynlere doğum veya evlat edinme sürecinde 6 haftalık ödeneksiz izin gibi olanaklar sunuyor.
- Cargill’in ABD’de Ocak 2017 itibarıyla yürürlüğe koyduğu yeni ödenekli aile izni (PFL) politikası ile çocuğu olan veya ailesinden birinde ciddi sağlık sorunu olduğu için izin alan hak sahibi çalışanlara, 2 haftaya kadar ödeme sağlanacak.

# Cargill Vakfı, 2016'da 300 bin çocuğa dokundu!

ABD Minneapolis'teki çocukların beslenmesi ve eğitimine desteğini bir adım öteye taşıyan Cargill Vakfı (Cargill Foundation), geçen yıl 300.000 çocuğa ulaştı.

Faaliyet gösterdiği toplumların kalkınması için projeler uygulayan Cargill, yerel sivil toplum kuruluşlarıyla birlikte çalışarak, Minneapolis'teki çocukların beslenmesi ve eğitiminin yanı sıra iyi beslenmeyi öğrenmeleri için de yatırım yapıyor. Cargill, bu kapsamda eğitim programlarına finansman sağlamanın yanı sıra, 2-12 yaş grubundaki 300.000 çocuğun besleyici gıdaya erişimini ve beslenme eğitimlerini iyileştirmek için 2016 yılında 1,9 milyon dolar hibe verdi.

Cargill'in 28 ortak kuruluşla birlikte, 2013 yılından bu yana yaptığı 5,3 milyon doları aşkın yardımın önemli bölümü, ABD'nin gıda bakımından en zayıf bölgelerinden biri olarak bilinen Minneapolis'in Kuzeyi ile Batı bölgelerindeki banliyölerinde gerçekleştirildi.

Cargill Vakfı (Cargill Foundation) Direktörü Tolá Oyewole, "Küresel bir firma olmamıza karşın, beslenmeyi yerel olarak geliştirme yönünde bir hedefimiz olması önemli. İçinde yaşadığımız yerel topluluğa bağlıyız. Cargill'in dünyayı güvenli, sorumlu ve sürdürülebilir bir yolla besleme hedefine yoğunlaşmanın, Vakfımızın topluma katkı yapmasının en iyi yollarından biri olduğuna karar verdik." şeklinde konuştu.

İyi beslenmenin faydalarına ilişkin sınıf eğitimi ile halk bahçeleri ve mutfaklarında birinci elden deneyim, Cargill Vakfı'nın finansman sağladığı programlardan yalnızca bir tanesi. Çocuklar ve aileleri, yerel sivil toplum kuruluşlarının çalışmaları sayesinde hem besleyici gıdalar hakkında bilgi ediniyor, hem de bu gıdaları nasıl yetiştireceklerini ve pişireceklerini öğreniyor.

"Karnı aç olan çocukların öğrenme kapasitesi düşüyor. Öğrenciler doğru bir şekilde beslendiğinde ise öğrenme kapasiteleri artıyor" diyen Oyewole, çocukluk beslenmesini yerel olarak geliştirmenin devamlılık gerektirdiğini, bu yöndeki çalışmalarından olumlu sonuçlar elde etmeye başladıklarını söyledi. Oyewole, "İstikrarlı bir şekilde ilerliyoruz, ancak esas etkimizi daha fazla çocuk ve onların aileleri besleyici gıda yediğinde ve bu gıdaları uygun fiyatlara yaşadıkları yerde bulabildiğinde göreceğiz." ifadelerini kullandı.



Cargill'in çocukların daha iyi beslenmesine yönelik hibelerinden yararlanan kuruluşlardan biri de, çocuklara ve ailelerine beslenme eğitimi sağlayan Pillsbury United Communities. Minneapolis'in kuzey bölgesinde sağlıklı gıdaya erişimi iyileştirmek amacıyla bir tür halk pazarı (North Market) açmaya hazırlanan Kuruluşun Başkanı ve CEO'su Chanda Smith Baker, "Cargill finansman sağlamada ve yaklaşımında istikrarını hep korudu. Bu sayede yıldan yıla gelişme olanağı bulduk. Toplum perspektifinden bakınca bunun anlamı devamlılık, yani işimizde tutarlı ve yerel aileler için güvenilir olmak" dedi.

Cargill Vakfı'nın yerelde desteklediği diğer projeler ise şöyle:

**Appetite for Change:** Çocuk beslenmesinde bütünsel bir yaklaşımı benimseyen; yemek pişirme atölyeleri, şehirde çiftçilik uygulamaları ve çocuklara, genç yetişkinlere ve onların ailelerine yönelik diğer pratik deneyimler sunan bir kuruluş.

**Kentsel Girişimler (Urban Venture):** Şehir çiftliğinde taze ürünler yetiştirilen ve mevsiminde uygun fiyatlara dağıtılan bir proje. Program bölgedeki gençlere ve ailelerine eğitim ve istihdam sağlamaktadır.

**YMCA Greater Twin Cities:** Yerel ölçekte her yıl 750 gence 28.000 öğün sağlayan bir girişim. Yerelde ürünlerin yetiştirilip tüketilmesine odaklanan oluşumda, katılımcılar ve aileler tohumdan sofraya tüm gıda hazırlama aşamalarında deneyim kazanıyor.

<https://www.cargill.com/2017/cargill-foundation-partnerships-reached-300000-children>





**Birleşik Arap Emirlikleri Bölge Ofisi**

Jumeirah Lakes Towers  
Saba Tower1, 23<sup>rd</sup> Floor  
Office #2303, 204, P.O. Box 212453  
Dubai-United Arab Emirates  
Tel: +971 4 427 8500  
Faks: +971 4 427 0593

**Suudi Arabistan Anonim Ortaklığı - MEFSCO**

Alakariah Building 2-6<sup>th</sup> Floor Office No: 625  
Riyadh-Olaya St. Saudi Arabia  
P.O.Box 53845 Riyadh 11593  
Tel: +966 13 806 6111  
Faks: +966 13 806 6222

**Kuzey Afrika ve Levant Bölge Ofisi**

Maadi Palace  
Mahata Square Maadi  
1431 Cairo-Egypt  
Tel: +202 2768 7100  
Faks: +202 2359 5711

**Türkiye ve İran Bölge Ofisi**

Palladium Tower  
Barbaros Mah. Kardelen Sok.  
Resepsiyon Lobi Apt. No: 2/4-5-6-7  
34746 Atasehir, Istanbul-Turkey  
Tel: +90 216 554 18 00  
Faks: +90 216 474 98 17

**Fas Ülke Ofisi**

Rue El Gara (ex capitaine Vuillanier)  
Ain Sebaâ-Morocco  
Tel: +212 22 459 000  
Faks: +212 22 308 059

**Cezayir Ülke Ofisi**

Villa No:17, Cooperative des Medecins,  
Mackley, Ben-Aknoun,  
16028 - Alger - Algérie  
Tel: +213 23 187 210  
Faks: +213 23 187 275