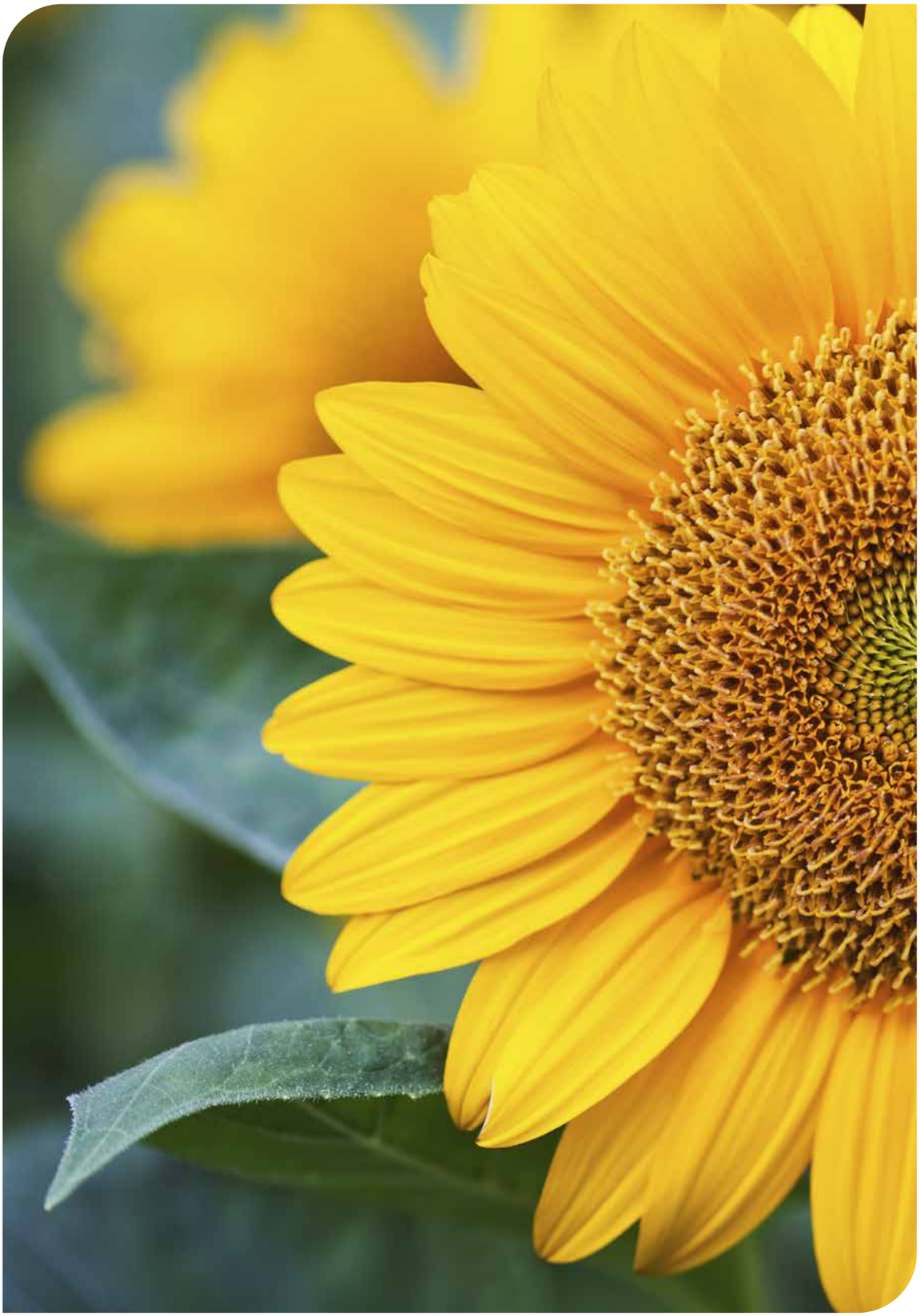
45. Sayı

CARGILL
Haberler



Turyağ'da Oyun Değişiyor

Cargill®

EDİTÖR

04 Dünden yarına Turyağ

AKTÜEL

05 "Küçük ışıklar, büyük bir aydınlık oluşturacak!"

Sölöz Orta Okulu'na teknoloji desteği

06 Celebci: "Öğrencilerin ziyareti bizleri ziyadesiyle memnun ediyor."

Cargill çalışanları, kadına şiddete karşı!

DÜNYADAN

07 Greg Page'den dünya gıda güvencesi için yol haritası

Dr. Stephanie Cottee, Cargill'in hayvan refahı ekibinde

08 Cargill'e Mavi Miras Ödülü

IngreVita™ müşterilerimizin tercihi ile geliştirildi

İÇİMİZDEN BİRİ

09 100. yıla "Yeni bir başlangıç"

KAPAK

13 Turyağ'da oyun değişiyor

ÜRÜN DOSYASI

19 Turyağ ürünler

Trileçe tarifi

SOHBET

23 Murat Akmermer

GÜNCEL

27 İnekler ne ister?

GÖNÜLLÜLÜK

31 Kurabiye bahane, LÖSEV'e destek şahane

İNSAN KAYNAKLARI

33 Cargill'in küresel dünyasına olağanüstü keşif

SOHBET

37 Mert Sevinç

İNSAN KAYNAKLARI

41 Cargill'de farklı bir pozisyonda çalışmak… Şartlar uygun olduğunda neden olmasın!

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

Yazı İşleri Müdürü
Songül Yılgın
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
Sanayi 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 Mayıs 2015

Baklavanıza tat katıyoruz

Yalnızca baklava yaparken değil, havuç diliminden şöbiyete, katmerden burmaya kadar tüm yufkalı tatlılar için size bir önerimiz var.
Hünerinizle birleşerek tatlınızın lezzetine lezzet katacak yepyeni bir ürün…

Vaniköy Özel Baklava Nişastası

www.cargill.com.tr

Cargill®

Dünden yarına Turyağ

Editör

Turyağ'ın satın alınması, geçen yıl tam da bu zamanlara denk geliyor. Bu bir yıl ne çabuk geçmiş, doğrusu hiç anlayamadık. Şirket, önümüzdeki yıl 100 yaşına basacak ve böylece ülkemizin asırlık devleri arasındaki yerini alacak. Bu 100 yıla çok şey sığdırmış bir şirket Turyağ. Bir dolu badire atlatarak günümüze kadar ulaştı. Kolay değil, asırlık tarihi boyunca iki dünya savaşına tanıklık etmiş.

1932'de ilk margarini piyasaya sürmüş olan şirket, 1938 yılına gelindiğinde 500 tona yakın zeytinyağı, 2 bin 500 ton ise küspe ihracatı yapıyordu. İkinci Dünya Savaşı'na rağmen Turyağ, yatırım yapmaya devam etti. Bu dönemde ürün çeşitleri hızla arttı. Savaş yıllarında, ordunun ve yatılı okulların bitkisel yağ ve makine yağı ihtiyacının tamamını karşılamış olması, Turyağ'ın geçmişine dair toplumsal belleğimizde yer etmiş en önemli hatıralardan birisidir.

Diğer bir deyişle Türkiye ekonomisinin bu asırlık çınarı, tarihi boyunca tüm zorluklara göğüs germiş, ekonomik krizlere dayanmış ve 'dünden yarına koşusuna' hiç ara vermemiştir.

Bugün, 150. yılını kutlayan bir şirket olarak Cargill, Turyağ'ın yarınlarına dair önemli planlar yapıyor. Bu asırlık gıda devinin de 150. yaşına gelişerek ulaşması için, o günlerin alt yapısını bu günden güçlendiriyor.

Cargill'in 150 yıllık iş kültürünün önemli bir düsturu vardır: "Neyi başardığın değil, nasıl başardığın önemlidir!". Bizler, bunun ipuçlarını, Kıbrıs'ta iş ortaklarımızla düzenlediğimiz toplantılarda vermeye çalıştık. Turyağ ile birlikte çok güçlü markalar aldığımızı, aynı zamanda üretim kabiliyeti geniş, esnek bir fabrika aldığımızı belirttik. Ancak bizim için önemli üç hususu daha güçlü vurguladık; bunlar, Turyağ'ın tutkulu çalışanları, toplantı salonumuzu dolduran güçlü iş ortaklarımız ve Cargill'in bitkisel yağ sektöründeki küresel uzmanlığı ve yetkinliğidir.

Kıbrıs toplantımızda güçlü vurgu yaptığımız bir konuyu, bu satırlarda yinelemekte fayda görüyoruz. Turyağ yatırımını gerçekleştirmeden önce "Biz nerede farklılık yaratabiliriz?" konusu üzerine çok düşünmüştük. Yaptığımız değerlendirmeler sonucunda Turyağ'ın pazar liderliği stratejisini 3 ana ayak üzerine oturttuk:

"Tedarik zinciri, operasyonel mükemmeliyetçilik ve Cargill'in yenilikçilik kültürü."

Şimdi, başta çalışanlarımız ve iş ortaklarımız olmak üzere tüm bu faktörleri bir araya getirdiğimizde, Turyağ'ın yarınına daha güvenli bakabildiğimizin altını kalın kalın çiziyoruz.

Turyağ'ın 'dünden yarına koşusu'nda başarıyı hep birlikte elde edeceğiz.

Esen kalın!

“Küçük ışıklar, büyük bir aydınlık oluşturacak!”

Felsefe-Kültür-Gönüllük alanlarında yapmış olduğu çalışmalarla adını duyuran Aktiffelsefe Bursa gönüllülerinin “Okul Onların, Gelecek Hepimizin!” sloganıyla çıktığı yolun 16. durağı Keles İlçesi’nin Baraklı Köyü İlk ve Ortaokulu oldu.

26 gönüllünün 15 Mart Pazar günü gün boyunca süren çalışmalarında; veliler için skeçlerle “Mutlu Çocuk Yetiştirme Eğitimi”, öğrenciler için diş tiyatrosu, diş eğitimi ve diş taraması, olası bir deprem riskine karşın eşya sabitleme çalışması, kütüphane için kitap bağışı yapıldı.

Cargill 20 adet bilgisayar sandalyesi bağışı ile etkinliğin sponsorları arasında yer aldı. Ayrıca Cargill çalışanları da tüm gün süren etkinlikte yer alarak, diğer katılımcılarla birlikte okulun temizlenmesi, elektrik aksamının elden geçirilmesi gibi işlerde yardımcı oldular.

“Gönüllük anlamında bizi mutlu eden bir çalışmaydı.” diyen Cargill Orhangazi Mısır İşleme Fabrikası Mekanik Bakım Teknisyeni Ayhan Karaoğlu, izlenimlerini şu sözlerle aktardı:

“Uludağ’ın Bursa tarafında kayak merkezleri, teleferikler ve güzel bir görünüm var. Uludağ’ın diğer tarafında ise yardım çalışmalarına açık okullar gördüm. Arada bir dağ var ve bu nedenle gözden ıraklar. Aktiffelsefe’nin öncülüğünde bu dağları aşarak destek veren tüm kurum ve arkadaşlara teşekkür ederim.

Özellikle belirtmek isterim ki bu projede; İstanbul’dan gelen Muzaffer Arı, Valeo grubundan Candan Yücedağ, satın alma ve ulaşım aşamalarında büyük destekleri olan Fatma Şen, her zaman bizlere kolaylık sağlayan Didem Acar, iş aleti ve edevatının temininde ve malzeme bağışında bulunan Çağdaş Teknik ekibine ve en büyük desteği sunan Cenan Celebci, Eray Özalevli ve tüm yöneticilerimizle birlikte aştık bu dağı. Belki gazetelerde yer alacak kadar medyatik olmayabilir ama emin olun doğru yerde, doğru bir çalışma yapıldı.”

Aktiffelsefe Bursa Yönetim Kurulu Başkanı Kemal Karadayı ise ‘yardımlaşma, gönüllülük ve bilinçli bireyler’ diyerek çıktıkları yolda 16. kampanyayı gerçekleştirdiklerini kaydederek; “Öğrencilerimizle, velilerimizle eğitimler yaptık. ‘Mutlu çocuk, mutlu toplum’ diyerek önemli konuların altını çizdik. Gönüllü örneklerle yakılan küçük ışıklar, büyük bir aydınlık oluşturacaktır.” dedi.

Etkinliğin ardından Okul Müdürü Hüseyin Orhan tarafından okula katkıları dolayısıyla Kemal Karadayı’ya Teşekkür Belgesi takdim edildi.

Sölöz Orta Okulu’na teknoloji desteği

Cargill Orhangazi Mısır İşleme Fabrikası, ilçede eğitime kesintisiz desteğini devam ettiriyor. Fabrika son olarak Sölöz Orta Okulu’na teknolojik ekipman desteğinde bulundu. Orhangazi Belediye Meclis Üyesi Turgay Peker’den gelen talebi değerlendiren fabrika yönetimi, okulun ihtiyacı olan bir adet bilgisayar ile bir adet projeksiyon cihazını hediye etti.

Cihazlar, Fabrika Sorumlu Müdürü Cenan Celebci ve Satın Alma Uzmanı Fatma Şen tarafından Okul Müdürü Mehmet Oğuz Bora’ya teslim edildi.

Toplam 134 öğrencinin öğrenim gördüğü okulları için bir yılı aşkın süredir projeksiyon cihazına ihtiyaç duyduklarını kaydeden Okul Müdürü Bora, Celebci ve Şen’e teşekkürlerini iletirken, Belediye Meclis Üyesi Turgay Peker de Sölöz’de öğrencilerin artık daha teknolojik bir ortamda eğitim göreceklerini kaydetti.

Celebci: “Öğrencilerin ziyareti bizleri ziyadesiyle memnun ediyor.”

Cargill Orhangazi Mısır İşleme Fabrikası, yıllardır ziyaretçi akınına uğruyor. İlçenin, son teknoloji ile donatılmış bu modern fabrikası, günün 24 saati hiç durmaksızın çalışıyor. Fabrika yönetimi ise aralıksız çalışmasına karşın, bu modern fabrikayı halka tanıtmayı bir görev olarak addediyor.

Bugüne kadar ziyarete gelenlerin büyük çoğunluğunu ilkokuldan üniversiteye kadar çeşitli kademelerde eğitim gören öğrenciler oluşturdu. Geçtiğimiz son iki ayda fabrikayı 100’ün üzerinde öğrenci ziyaret etti ve gezdi.

Nisan ayında ilk olarak 2 öğretmen eşliğinde Orhangazi Endüstri Meslek Lisesi’nin 25 öğrencisi ziyaret etti. Ardından Orhangazi Çok Programlı Lisesi Büro Yönetimi öğrencileri ve bu ziyaretten kısa bir süre sonra da Uludağ Üniversitesi İznik Meslek Yüksekokulu Gıda Teknolojisi Bölümü son sınıf öğrencileri fabrikayı gezdiler.

Mayıs ayının ilk ziyaretçileri ise Atatürk İlkokulu 4-A ve 4-F sınıfının minik öğrencileri oldu.

Fabrika ziyaretine gelen grupların istisnasız ilk karşılaştıkları isim olan Fabrika Sorumlu Müdürü Cenan Celebci, gelen hiçbir ziyaret ve gezi teklifini geri çevirmemeye özen gösterdiklerini söylüyor. Celebci; “Özellikle öğrencilerin ziyareti bizleri ziyadesiyle memnun ediyor. Bu tür fabrika gezileri gençlere ileriki meslek yaşamları için ufuk açıyor. Pek çoğu fabrikamızı gezdiklerinde, gelecekte yapacakları işler ve çalışma ortamı hakkında genel bilgi ediniyor. Bu ziyaretler aynı zamanda mesleki kültürleri açısından da öğrencilere iyi bir zemin oluşturuyor. ” diyor.

Fabrikanın sadece öğrencilere değil, toplumun her kesimine açık olduğunu da ifade eden Celebci, ziyaretleri, fabrikanın günlük işleyişini bozmayacak şekilde planlamaya çalıştıklarını ve gelen tüm ziyaretçileri en iyi şekilde ağırlamaya çalıştıklarını da sözlerine ekliyor.

Cargill çalışanları, kadına şiddete karşı!

Toplumda kadına önyargılı davranma, yaftalama, yargılama, suçlama, ayrımcılık ve şiddete karşı çıkışın simgesi haline gelen Mor Çatı Kadın Sığınağı Vakfı’na bir destek de Cargill Yapılandırılmış Ticaret Finansmanı Bölümü (TSF) çalışanlarından geldi. Cargill TSF, bu yıl 25. Yaşını kutlayan vakfın faaliyetlerine maddi katkıda bulunmak hem de kadına şiddet konusunda farkındalık yaratmak amacıyla, vakıf tarafından satışa sunulan tişörtlerden satın alarak Cargill’in tüm birimlerindeki kadın çalışanlarına hediye etti.

Mor Çatı, bugüne kadar 35 binden fazla kadın ve çocuğa dayanışma merkezinde sosyal, hukuki ve psikolojik destek; 379 kadına ve 453 çocuğa ise sığınak desteği verdi.

Bağış kampanyasına TSF Kurumsal Destek Müdürü Selma İlkbahar ve Hazine Müdürü Sibel Uzun öncülük etti.

“Ülkemiz kadınları, üzücü bir şekilde şiddete maruz kalıyorlar. Bu kadınlarımıza biz de destek olalım istedik ve TSF’nin bu yılki bağış bütçesini Mor Çatı’yı desteklemek için kullandık. Anneler Günü gibi anlamlı bir günde, tüm kadın çalışanlarımıza Mor Çatı’dan satın aldığımız tişörtleri hediye ettik. Aynı zamanda kadına şiddet konusunda da çevremizde farkındalık yaratmış olduk.” diyen Selma İlkbahar ve Sibel Uzun, sözlerini Mor Çatı’nın “sığınaksız bir dünya!” mesajıyla bitirdiler.

Greg Page'den dünya gıda güvencesi için yol haritası

Cargill Yönetim Kurulu Başkanı Greg Page, Şikago Küresel İşler Konseyi tarafından Nisan ayında gerçekleştirilen Küresel Güvenilir Gıda Sempozyumu'na konuşmacı olarak katıldı. Sempozyumun odak noktasının yetersiz beslenmeyle mücadele etmek ve toplum sağlığını iyileştirmek için küresel gıda sistemini güçlendirmek olduğunu kaydeden Page; konuşmasında, yetersiz beslenenlerin yeterli gıdaya erişimlerini sağlamak, sağlıklı beslenmelerini ve aynı zamanda beslenme düzeni geliştirmelerine yardımcı olmak için güvenilir gıdaların piyasaya sürülmesinde Cargill'in oynadığı küresel role dikkat çekti.

Güvenilir gıdanın daha fazla olduğu bir dünya yaratmayı düşünürken dört unsura dikkat edilmesi gerektiğini belirten Page, bunları; "fiyatın önemini kavramak, rekabetçiliği avantaja dönüştürmek, yarışmanın gücünü benimsemek ve bilime dayalı gıda üretimi ile toplumun refahını sağlamak." şeklinde sıraladı.

"Dünyanın ihtiyaç duyacağı gıdayı en ekonomik ve çevresel olarak sürdürülebilir şekilde üretmek için, çiftçileri üretim koşullarına en uygun ürünleri üretmeye teşvik eden tarım ve ticaret politikalarına ihtiyacımız var" diyen Greg Page konuşmasını şöyle tamamladı:

"Bunun yanında gıda endüstrisi liderlerinin, hem beslenme hem de çevre yönünden bilimin gıda sistemindeki rolünü anlamakta tüketicilerin desteğini alması ve onları da sürece dahil etmesi gerekiyor. Unutmamalıyız ki bilim ve teknoloji, yalnızca gıda üretimini daha sürdürülebilir bir yolla yapmak için değil aynı zamanda gıda güvenliğini arttırmak, gıda israfını azaltmak ve gıdaları daha besleyici ve sağlıklı hale getirmek için de önemlidir. Bu önemli işin bir parçası olmak için sabırsızlanıyoruz."

Dr. Stephanie Cottee, Cargill'in hayvan refahı ekibinde

Çiftlik ve kümes hayvanlarının davranış ve refahı alanında bilimsel çalışmalarıyla tanınan Dr. Stephanie Cottee, Cargill'in Kanada'da faaliyet gösteren Hayvan Refahı ekibine katıldı. Cargill'in Kanada'nın yanında ABD, Tayland, Çin, Avrupa ve Orta Amerika'da tavuk ve yine ABD'de hindi iş birimi bulunuyor. Cargill'in ABD'nin Kansas eyaletinde bulunan Hayvan Refahı İş Birimi'nin başındaki isim Dr. Mike Siemens'e bağlı çalışacak olan Dr. Cottee, yeni görevinde bu 7 uluslararası iş birimine de destek verecek.

Cottee'nin saygın bir hayvan refahı uzmanı olduğunu söyleyen Dr. Mike Siemens, yeni görevlendirmeyle ilgili olarak; "Giderek artan küresel et tüketimi karşısında hayvansal ürünler üretmek her gün daha karmaşık hale gelmekte ve tüketicilerden müşterilere, çalışanlar ve diğerlerine tüm paydaşlar, hayvanların yetiştirilme ve gıda amaçlı kesilmesiyle her zamankinden daha çok ilgilenmektedir. Cargill olarak hayvan refahı konusunda lider konumundayız ve Stephanie'nin ekibimize katılmasıyla birlikte itibarımız için önemli bir adım daha atmış olduk." şeklinde konuştu.

Geçtiğimiz 30 yıllık dönemde milyonlarca insanın daha küresel orta sınıfa katılmasıyla birlikte farklı karmaşık hayvan proteini ürünlerine yönelik talebin küresel olarak artmaya devam edeceğini söyleyen Dr. Cottee ise şunları kaydetti: "İnsanların et ve yumurta ürünleri tüketme seçeneği olmalıdır ve biz böyle bir beslenmeyi sağlayan hayvanların özenle yetiştirilmesini, uygun bir şekilde işlenmesini ve kesilmesini sağlamak istiyoruz. Tüm bunların doğru bir biçimde yapılmasına ilişkin etik değerler Cargill ve benim için önemlidir."

Cottee, Cargill'e katılmadan önce Maple Leaf Foods, Ontario Pork, Chicken Farmers of Ontario, National Farm Animal Care Council'de hayvan refahına ilişkin görevler yaptı. Çiftlik Hayvanları Davranış ve Refahı alanında Guelph Üniversitesi'nde fen bilimleri yüksek lisans ve doktora derecesi alan Cottee, aynı kurumda kümes hayvanları araştırması alanında doktora sonrasında da çeşitli çalışmalar yürüttü.

Cargill’e Mavi Miras Ödülü

ABD genelinde su kullanımını en tasarruflu hale getirmek için çalışan ve kar amacı gütmeyen bir eğitim örgütü olan Teksas Su Vakfı, 26 Mart tarihinde Austin’deki törende Cargill'in Friona - Teksas Et İşleme Tesisi’ne Mavi Miras (Blue Legacy) Ödülü’nü verdi. Friona tesisi aynı zamanda, “Teksas Su Günü (Texas Water Day at the Capitol)” etkinliğinde, suyun korunması adına 2015 yılı ödülünü alan tek tesis oldu. Etkinlikte Cargill adına ödülü, Çevre Sorumlusu Nick McFarland ve Bitki Mühendisi Charlie Pope Austin aldı.

Friona, yeryüzündeki en büyük yeraltı su kaynaklarından biri olan Ogallala Akiferi’nde yer alıyor. Bu akifer, Güney Dakota, Wyoming, Nebraska, Colorado, Kansas, Oklahoma, New Mexico ve Teksas bölümleri de dahil olmak üzere büyük ovalar genelindeki sekiz eyaletin bir kısmında 174.000 mil kareyi kapsıyor. Burası, Amerika’da sulanan arazinin yaklaşık %30’una su sağlıyor.

Nüfusun artması, tarımsal sulama, endüstriyel kullanım ve kuraklık akiferin önemini son yıllarda arttırdı. Sürdürülebilir gıda üretimi için suyun ne kadar önemli olduğunun farkında olan Cargill’in Friona Et İşleme Tesisi son 6 yıldır, yılda 150 milyon galondan fazla tasarruf yaparak su kullanımını %23 oranında azalttı. Tesisten arıtılan su ise akiferden karşıladıkları su ihtiyacını azaltmak amacıyla yerli çiftçilere ulaştırıldı.

Su sorunlarına uzun vadeli çözümler bulmak için çok sayıda paydaşla çalışmanın hem toplum ve ekonomi hem de çevre için önemli olduğunu ifade eden Cargill Kansas Et İş Ünitesi Başkanı John Keating; “Friona tesisimizde o bölgeyi evleri gibi gören ve bölge genelinde ailelerini ve işletmelerini destekleyen 2 bin harika çalışanımız görev yapıyor. Su güvenliğinin öneminin dünya genelinde artmasıyla birlikte, Friona örneğinde olduğu gibi çözüm bulmanın yenilikçi yollarının ortaya çıkacağına inanıyoruz.” dedi.

IngreVita™ müşterilerimizin tercihi ile geliştirildi

Gıda üreticilerinin ürünlerine uzun zincirli omega 3’ler (EPA ve DHA) sağlaması; özellikleri korunmuş (IdP), geleneksel yöntemlerle yetiştirilen yüksek oleikli ayçiçek tohumu, balık yağı ve özel antioksidanlardan üretilen yüksek oleikli ayçiçek yağıyla yapılan bir yağ karışımıyla mümkündür. Bundan hareketle Cargill, IngreVita™ Yüksek Oleikli Ayçiçek ve EPA/DHA Omega-3 Yağı’nı (IngreVita HO Sun) üretti. Ürün, Cargill’in yarattığı en son ve ikinci IngreVita ürünü olma özelliğini taşıyor. Kanola yağı içeren orijinal IngreVita, 2014 yılında piyasaya sürülmüştü.

Cargill Özel Tohumlar ve Yağlar Pazarlama Müdürü Kristine Sanschagrin, “Müşterilerimizin seçeneklerini arttırmak suretiyle onların başarılı olmalarına yardımcı olmak amacıyla IngreVita HO Sun’ı geliştirdik. Bazı müşterilerimiz tüketicilere geleneksel yöntemlerle geliştirilen ürünler sunmak istemekte; işte bu ürün, bu tarz müşterilerimiz için iyi bir seçenektir. Ayrıca IngreVita HO Sun, oda sıcaklığında saklanabiliyor, kullanımı kolay, raf ömrü uzun ve kötü tatlar salgılamıyor.” dedi.

EPA ve DHA, vücudumuzun üretemediği uzun zincirli çoklu doymamış yağ asitleridir. Amerikan Kalp Derneği, günlük balıktan alınması gereken miktarın 250-500 mg olduğunu açıkladı ancak EPA ve DHA’nın Amerika’daki ortalama tüketimi bu miktarın oldukça altında. Bu nedenle genel nüfusun, dengeli beslenmenin bir parçası olarak fonksiyonel gıdalar aracılığıyla tükettiği EPA ve DHA miktarındaki artış, sağlık açısından oldukça önemli.

100. yıla “Yeni bir başlangıç”

Önümüzdeki yıl 100. yaşına adım atacak olan Turyağ’da oyun yeniden kuruluyor. Cargill ve Turyağ’ın, geçmişi uzun yıllara dayanan uzmanlıklarının birleşmesinin ardından, şimdi tüm ekip sahaya indi. Ekibin iki önemli oyuncusu Erik Van Straaten ve Ethem Sıral, ‘Yeni bir başlangıç’ için yapılan hazırlıkları ve oyundaki değişimin ipuçlarını anlattı.

Bir süpermarketteki ambalajlı tüm ürünlerin üçte ikisinin katı ve sıvı yağ içerdiğini biliyor muydunuz? Ayçiçeği yağı gibi pişirme yağlarının dışında margarin, mayonez, donmuş pizzanızın üzerindeki peynir, pastanızın üzerindeki krema, hamur işleri, bebek süt tozu, sabunlar, diş macunu, deterjanlar, mumlar, evcil hayvan yemleri, arabanızdaki yakıt ve daha birçok ürünü düşünün. Çoğu tüketici bunun farkında değildir. Neredeyse 7 yıl önce Cargill Rafine Yağlar Avrupa İş Ünitesi’nde (Cargill Refined Oils Europe, CROE) çalışmaya başlayana dek Erik Van Straaten de bunun farkında değildi.

Straaten şimdi Türkiye’de ve Turyağ Katı ve Sıvı Yağlar Ticaret Müdürü olarak görev yapıyor. Gıda ve özellikle gıda bileşenlerinin her zaman ilgisini çektiğini söyleyen Straaten; “Bu ilgim doğuştan ve konu gıdayla, gıdanın geldiği yerle ve kültürle ilgili olduğunda daha da artıyor. Mesleki kariyerim genellikle gıdayla ilgili oldu. Hayatın gıda etrafında döndüğü Türkiye’ye gelince… Burası benim için mükemmel bir yer!” diyor.

Baharat satışıyla başlayan kariyer

1996 yılında mezun olduktan sonra Rotterdam’da baharat ticareti yapan büyük bir firmada satışçı olarak çalışan Straaten, burada tropik ülkelerden gelen biber, karanfil ve tarçın gibi birçok baharatın ticaretini yaptı. Bu görevi esnasında Türkiye ile ilk kez iş yapma deneyimini yaşadı. Türkiye’den haşhaş tohumu ve farklı baharatları ithal etti. 2001 yılında ise Cargill’e katıldı.

“O dönem belirli bir pozisyon için başvuru yapmamıştım. Firmayı biliyordum ve farklı iş alanları, küresel varlığı ve girişimci ruhu nedeniyle gerçekten Cargill için çalışmak istiyordum. Cargill’i aradım ve zamanlamam iyiydi.” diyor Straaten.

Kısa bir süre sonra şirketin Hollanda’daki kakao genel merkezinde görev yapan ticaret ekibine katılıyor. Bu ekiple tüm dünyada kakao çekirdeklerinin ticareti, tedariki ve kakao ürünlerinin satışı için çalışıyor. Görevlerinden bir tanesi de o zamanın gelişen pazarları olan Orta ve Doğu Avrupa’da Cargill’in işlerini ilerletmek. “Sorumlu olduğum birçok ülkeyi ziyaret etme fırsatım oldu ve işlerimizi büyük ölçüde geliştirdim.” diyen Straaten, bu görevinin kendisi için oldukça heyecan verici olduğunu vurgulamadan da geçemiyor.

Başka bir görevi sabırsızlıkla beklerken, merkez ofis esaslı satış ekibinin başına geçmek için Cargill Rafine Yağlar Avrupa İş Ünitesi’ne (CROE) gönderiliyor. CROE o dönem, oldukça zorlu bir üretim fazlası ve düşük kar marjı ortamında çalışmaktadır.

“Katma değeri daha yüksek bir iş yaklaşımını benimsememiz gerekiyordu.” diyor Straaten ve ekliyor:

“Eğitim geçmişim olan pazarlamanın gücüne her zaman yürekten inandım. Cargill, her zaman kategorilere odaklandı. Bu bize, örneğin; Bebek Beslenmesi kategorimizde olduğu gibi önemli değer büyümesi alanları yaratmayı başarmamızı sağladı. Bu kategorimiz şu anda küresel olarak Cargill için inovasyonun esas ayağıdır.”

“İstanbul’da yaşamak harika bir deneyim!”

Straaten, geçtiğimiz yılın Ağustos ayında ticari olarak yeni bir Cargill işletmesi olan Turyağ’daki yeni görevine başladı. İlgi alanına son derece uygun bu yeni görevi kabul ederken hiç tereddüt etmediğini söylüyor; “Bu konu ailemi de hemen heveslendirdi. Yalnızca tatil posterlerinden tanıdığınız bir ülkeye taşınmak, dinamik ve zengin tarihe sahip İstanbul’da yaşamak hepimiz için harika bir deneyim.” diyor.

“Turyağ, doğru yatırım”

Şimdi, Türkiye’ye gelişinden neredeyse 8 ay sonra katı ve sıvı yağ işletmesinin yeniden kuruluşunda önemli ilerlemeler kaydettiklerini ifade eden Straaten, yeni döneme ilişkin şu görüşleri paylaşıyor:

“Ancak halen yapmamız gereken çok iş var. Satış, Teknik Servis ve Tedarik Zinciri’ni kapsayan ticari ekiplerimizi oluşturmayı aşağı yukarı tamamladık. İstekli bir ekibimiz var ve Turyağ ile Cargill uzmanlığını birleştirerek ilk büyük başarılarımızı gerçekleştiriyoruz.

Cargill’in Turyağ’a yatırım yaparak doğru karar verdiğine yürekten inanıyorum. Türkiye katı ve sıvı yağ pazarı geçiş evresinde ve Cargill gibi bir firma için her zaman yer vardır.”

“Müşterilerimizi destekleyeceğiz ve yeni markalar yaratacağız.”

“Birçok konuda halen geleneksel usuller tercih edilirken diğer konular hızlı bir şekilde ‘modern standartlara’ doğru gelişmekte. Bu yönlerin her ikisiyle de iş yapabiliriz. Batı Avrupa ve gelişen pazarlardaki deneyimlerimle ilişkili olarak bunları görmek benim için oldukça ilginç. Büyük yerel ve çok uluslu müşteriler, işlerini büyütürken kendilerine yardımcı olacak güvenilir ortaklar aradıklarını bize ilettiler. Bu güveni, genellikle kısa dönemli faydaları gözeterek hareket eden birçok rakibimizde bulamadıklarını ifade ediyorlar.

Öte taraftan Turyağ, geleneksel pastacılık sektörü için bazı güçlü markalara sahip ve müşterilerimiz bu markalara oldukça fazla değer verdiklerini de söylemekteler. Biz de müşterilerimizi en iyi şekilde desteklemek ve yeni markalar yaratarak var olan markalarımızın değerinin üzerine değer katmak istiyoruz. Geleneksel pastacılık sektörü, işlerimizi büyütmek ve gerçek pazar lideri haline gelmek konusunda fırsat gördüğümüz bir alan. Şimdikinden daha iyi ürünler üretmek için ihtiyaç duyduğumuz bilgiyi kazanmamıza yardım etmeleri amacıyla farklı Cargill iş birimlerinden yağ uzmanlarıyla temas kuruyoruz. Ayrıca tüm ticari ekibimiz faal bir şekilde sahaya giderek müşterilerle konuşuyor ve onların ne istediğini anlamaya çalışıyor. Bu diyaloglar bize doğru kararları vermemize yardımcı olacak değerli anlayışlar edinmemizi sağlıyor.

Aynı zamanda bilgi birikimi ve müşteri deneyimlerini paylaşmak amacıyla Orta Doğu ve Kuzey Afrika bölgesindeki görev arkadaşlarımızla iletişime geçiyoruz. Bu saydıklarım, rakiplerimizin kolay geçemeyeceği güçlü taraflarımızdır.

Sonuçta, Türkiye’deki gelecek yıllarımı dört gözle bekliyorum. Bunun kolay olmasını beklemesem de, kolay olanı istememememiz gerektiğini her zaman söylüyorum, çünkü kolay olanı herkes yapabilir.”

Erik Van Straaten
Turyağ Katı ve Sıvı Yağlar
Ticaret Müdürü

Turyağ İSO 500’de

Turyağ, kuruluşu 1916 yılına giden Türkiye’nin ilk yağ şirketlerinden biri. Türk ekonomisinde pek çok ilklere imza atmış bir firma. 1965 yılında Henkel bünyesine katıldı. 2007 yılına değin özellikle endüstriyel margarin alanında pazarın önde gelen oyuncusu oldu. Yağ sektörüne son 10 yılda katılan yeni firmalara rağmen Turyağ, ISO 500 listesindeki yerini yukarılara taşıdı.

35 yılında izi var

1980 yılında Türk Henkel firmasında AR-GE mühendisi olarak işe başlayan Ethem Siral, firmanın çeşitli iş birimlerinde yöneticilik yaptı. 1997 yılında Yağ Bölümü yöneticiliğine atandı. 2007 yılında Henkel’in yağ bölümü kapanmasıyla Henkel çalışma hayatı sona eren Siral, 2007-2014 yılları arasında Turyağ Endüstriyel ve Pastacılık Yağları Satış Pazarlama Müdürlüğü’nü yürüttü. Cargill’in Turyağ’ı bünyesine katmasıyla 2014 yılı Temmuz ayından itibaren Satış Danışmanı olarak Cargill bünyesine katıldı.

Turyağ’ın son 35 yılında izi olan Siral, firmanın Cargill ile birlikte müşterileri arasındaki güvenilirliğinin tekrar pekiştiğine dikkat çekiyor. Pastacılık sektöründe de çok olumlu tepkiler oluştuğunu belirten Siral, pazar oyuncularının işlerini büyütmek için sektörde Cargill’i güvenilir bir ortak olarak karşıladıklarını ifade ediyor.

Özellikle büyüyen ev dışı tüketim pazarının geleneksel pastacılık bölümünde Turyağ güçlü markalara sahip. Bu markaları kullanarak Cargill’e destek veren müşterilerin, yeni markalar yaratma konusunda da en büyük destekçileri olacaklarından oldukça emin olduğunu ifade eden Siral, “Yeni markalar ve ürünler, gelişen pazarda bize büyüme ve pazar liderliğine gitme olanağı verecektir. Bu stratejimizde, dünya üzerindeki tüm Cargill iş birimlerinden mevcut bilgi birikimi ve uzmanlıkları konusunda destek alacağız. Tüm ticari ekibimiz ise sürekli sahada müşterilerimiz ve onların da müşterileri ile bilgi alışverişinde bulunarak talep yaratmaya ve ihtiyaç tespitinde bulunmaya çalışıyor. Bu görüşmelerimiz, doğru karar verebilmemiz için değerli bir birikim oluşturacak.” diyor.

Kentleşme ve tüketim

Peki, katı ve sıvı yağda nasıl bir pazardan söz ediyoruz. Onu da şöyle özetliyor Siral:

“Türkiye’deki katı ve sıvı yağların tüketimi Gayri Safi Milli Hasıla’nın büyümesi ve kişi başına gelirin artmasına paralel olarak yükseliyor. Bununla birlikte yağ tüketimi ile kentleşme arasında da olumlu bir ilişki var. Tahminlere göre 2010 yılında %70 olan Türkiye’nin kentleşme oranı, 2050 yılında %84’e ulaşacak. Bunun da ülkemizdeki katı ve sıvı yağ tüketimini artırması bekleniyor. Yine bu gelişme neticesinde, içinde katı yağ kullanılan dondurma, çikolata, şekerleme, bisküvi ve kek gibi gıda kategorileri de ciddi oranda büyüme gösteriyor.

Ethem Siral
Satış Danışmanı

Tahminler, saydığım kategorilerin 2012-2017 yılları arasındaki 5 yıllık dönemde yüzde 5’i aşan bir yıllık bileşik büyüme oranına sahip olacağı yönünde. Türkiye’nin dinamik, genç ve sürekli büyüyen nüfusu ise pazarın büyümesindeki en önemli faktörü oluşturuyor.

2013 yılında Türkiye’de endüstriyel ve pastacılık sektörlerine yönelik yağın toplam pazar hacmi 415 bin tona ulaştı. Bunun 290 bin tonunu endüstriyel, 125 bin tonunu ise pastacılık yağları oluşturuyor. Önümüzdeki 10 yılda pazar büyüklüğünün 750 bin tonu aşması bekleniyor.”

İhracatta Orta Doğu ve Kuzey Afrika öne çıkıyor

“İç pazarın yanı sıra ihracatta da önemli gelişmeler yaşanıyor. Irak gibi komşu ülkelerden gelen güçlü talep sayesinde Türkiye’nin Orta Doğu ve Kuzey Afrika bölgesine katı ve sıvı yağ ihracatı son yıllarda önemli ölçüde büyüdü. Bu bölge, son yıllarda Türk katı ve sıvı yağ ürünleri için en büyük ihracat yeri haline geldi. Örneğin Irak, katı ve sıvı yağ ürünlerinde Türkiye’nin en büyük ticaret ortağı oldu. Bölgeye en çok ihraç edilen yağlar arasında, ayçiçek yağı, margarin ve bitkisel yağ karışımları bulunuyor. 2013 yılında endüstriyel ve pastacılık yağları başta olmak üzere çoğunluğu bölge ülkelerine ihraç edilen katı yağ ihracatı 154 bin tona ulaştı.

Cargill bölge ülkeleri gıda pazarlarındaki gelişmeleri de dikkate alarak geçen yıl 19 ülkeyi kapsayan CARGILL FOODS METNA (Cargill Gıda Orta Doğu, Türkiye ve Kuzey Afrika) yapılanmasını hayata geçirdi. Bu yapılanma çerçevesinde ilgili ülkelere yönelik ihracat çalışmalarında Cargill Turyağ üretim tesisleri önemli rol oynayacak. Tabii, buradaki en büyük avantajımız Türkiye’nin konumu. Türkiye, bu pazarlara hem lojistik hem de tarihsel ve kültürel yakınlığı nedeniyle pek çok şirket için merkez üssü konumunda. Biz de bu avantajı iyi kullanıp, bölgenin lider yağ tedarikçisi olmayı hedefliyoruz. Bunu başarmak ve lider olmak için gerekli üretim, insan kaynakları, satış, pazarlama ve tedarik zinciri altyapısına sahibiz. Yeni başarı hikayeleri yazmak için sabırsızlandığımızı belirtmeliyim.”

Turyağ'da oyun değişiyor

Dünya genelindeki 40 tesisi ve küresel entegre tedarik zinciri ile bitkisel yağ sektörünün önemli oyuncularından biri olan Cargill tarafından geçen yıl satın alınan Turyağ, endüstriyel yağlar ve pastacılık sektöründe kalitesi ile piyasadaki diğer ürünlerden farklılaşmak ve pazar lideri olmak için kolları sıvadı.

İnovatif özel ürünlerin üretimi için önümüzdeki 3 yıl içinde Turyağ'ın Balıkesir'de kurulu fabrikasına 20 milyon dolarlık yatırım yapmayı planlayan Cargill, beraberinde satış ve pazarlama ağını da güçlendirmek amacıyla Mart ayında Turyağ bayileriyle Kıbrıs'ta bir araya geldi. Girne Cratos Premium Hotel'de gerçekleştirilen toplantıya, Cargill Gıda Ortadoğu, Türkiye ve Kuzey Afrika Yönetim Kurulu Başkanı Murat Tarakçıoğlu ile Cargill Yağlar İş Birimi Genel Müdürü Sankaran Viraraghavan ev sahipliği yaptı. 61 Turyağ bayisinin katıldığı toplantıda, Turyağ'ın 2015 yılı hedefleri, stratejileri ve geleceğe yönelik pazar öngörüleri üzerinde duruldu.

Toplantının açılışında konuşan Murat Tarakçıoğlu, Cargill'in bitkisel yağlar konusundaki küresel uzmanlığı ve entegre tedarik zinciri sayesinde Turyağ ürünlerinin, bundan sonraki dönemde endüstriyel ve pastacılık sektörlerinde daha güçlü bir şekilde yer alacağını kaydetti. Cargill'in dünyanın en büyük özel sermayeli şirketlerinden biri olduğunu vurgulayan Tarakçıoğlu, şirketin Ortadoğu, Türkiye ve Kuzey Afrika bölgesinde 500 çalışanı, 5'i bölgesel olmak üzere 7 ofisi ve Kocaeli, Balıkesir, Orhangazi ve Suudi Arabistan'da olmak üzere 4 fabrika ile müşterilerine hizmet verdiğini aktardı.

Türkiye'deki gıda ve endüstriyel müşterilerine glukoz, fruktoz şurubu ve mısır nişastası tedariği, yem pazarına gluten ve kepek üretimi, bitkisel yağ pazarına mısır özü üretimi yaptıklarını, Turyağ'ın satın alınması sonucunda ise endüstriyel ve pastacılık yağları ile ev dışı tüketim sektörüne de adım attıklarını kaydeden Tarakçıoğlu hedefleri konusunda şöyle konuştu:

"Turyağ, yüksek kalite standartları ve yenilikçilik anlayışıyla tanınan bir firma. Yeni dönemde de Türk pastacılık sektöründe ilk sırada tercih edilen ürünleri pazara sunmayı ve Türkiye pastacılık ve endüstriyel yağ pazarında liderlik koltuğuna oturmayı hedefliyoruz."

20 milyon dolarlık yatırım

Cargill Yağlar İş Birimi Genel Müdürü Sankaran Viraraghavan da önümüzdeki 3 yıl içerisinde Turyağ'ın Balıkesir'de kurulu tesislerine 20 milyon dolarlık yatırım planladıkları ve kırma operasyonlarını tekrar başlatacakları bilgisini verdi.

Şirketin; Turyağ Özel, NTY, STY, T2, T3, Ufa Baklava, Besta gibi pazarda yüksek performanslı ürünlerle tanındığını belirten Viraraghavan, piyasaya yeni ürünler geliştirmek için Cargill'in dünya çapındaki 8 inovasyon merkezi ile sürekli iletişim içinde olduklarını da sözlerine ekledi.

İçerisinde birçok farklı oyuncu bulunduran pastacılık ve fırıncılık pazarının değişim içerisinde olduğuna dikkat çeken Viraraghavan; "Genç tüketiciler arasında beslenme bilinci artıyor. Bu nedenle endüstriyel müşterilerimiz kurabiye, kek ve pastacılık ürünlerinde yeni formüller geliştirmek için çalışıyorlar. Pazar, yeni ürünlerin piyasaya sürülmesi için hazır durumda. Cargill Turyağ, bayilerinin de desteği ile bu değişimin öncüsü olmayı planlıyor." şeklinde konuştu.

Yeni dönemde bilgi paylaşımı, ürün ve iş süreçleri geliştirme ile müşteri memnuniyeti konularına odaklanacaklarını ifade eden Cargill Turyağ Satış Müdürü Erik Van Straaten ise ana rekabet stratejilerini, "kalitemizle piyasadaki ürünlerden farklılaşmak ve lider olmak" şeklinde açıkladı.

Pazar liderliği stratejisi: tedarik zinciri, operasyonel mükemmeliyetçilik, yenilikçilik

Üç gün süren toplantı boyunca oluşturulan çeşitli çalışma gruplarında, Turyağ'ın pazardaki konumu, satış ve pazarlamayı geliştirecek yeni operasyonlar ve destekler ile daha etkili dağıtım ağı ile daha fazla noktaya nasıl ulaşılabileceği gibi konular tartışıldı.

Toplantının soru – cevap bölümünde ise bayilerden gelen sorular Yönetim Kurulu Başkanı Murat Tarakçıoğlu ve Turyağ Satış Danışmanı Ethem Siral tarafından cevaplandı.

Bu bölümde Murat Tarakçıoğlu, son yıllarda pastacılık ve endüstriyel yağ pazarında satış hacminin artmasına karşın karın azaldığına dikkat çekti. Bu durumun sadece Türkiye için geçerli olmadığını söyleyen Tarakçıoğlu şöyle konuştu:

"Hemen hemen tüm dünyada benzer bir durum var. Örneğin Cargill, geçen yıl elde ettiği 134 milyar dolar ciroya karşılık karı 3 milyar dolar civarında; yani yüzde 3 seviyelerinde. Bu bir risk midir? Tabii ki risktir. Açıkçası kimse bu kadar yüksek ciro yapıp, bu kadar düşük karlar elde etmek istemez.

Bizim işimizde fiyat rekabeti işin sadece bir yönüdür. Fiyat rekabeti artık öyle bir noktaya gitmekte ki üreticiler, satıcılar para kazanmak konusunda sıkıntıya girdiler. Burada, yapısal bir çözüme odaklanmak gerektiği ortaya çıkıyor."

Piyasaların bu durumu nedeniyle, Turyağ yatırımını gerçekleştirmeden önce "Biz nerede farklılık yaratabiliriz?" konusu üzerine çok düşündüklerini de ifade eden Tarakçıoğlu; Turyağ'ın pazar liderliği stratejisini 3 ana ayak üzerine oturttuklarını kaydetti. Tarakçıoğlu, oluşturdukları stratejiyi şu sözlerle açıkladı:

"Bugün piyasada çok sayıda üretici var ve çok şükür yağ sıkıntısı da yok. Piyasa normal işliyor. İşte bu çok oyunculu pazarda üç önemli şey öne çıkıyor; bunlardan birincisi tedarik zinciridir. Cargill bitkisel yağın aynı zamanda ham maddesinin de küresel üreticisidir. Bu ilk avantajımız.

İkincisi, operasyonel mükemmeliyetçilik. Yani bugün üretim yaptığımız Balıkesir fabrikasını çok iyi ve verimli çalıştıracağız. Üretim kayıplarını en asgari seviyeye düşüreceğiz. Bu da üretim maliyetlerinin düşmesi ve doğal olarak bunun sonucunun sizlere yansıması demektir.

Üçüncüsü ve en önemlilerinden biri ise Cargill'in yenilikçilik kültürüdür. Türkiye pazarına baktığımızda, pazarın yüzde 60-70 oranında bilinen geleneksel ürünlerden oluştuğunu görüyoruz. Burada iki yaklaşım söz konusu; Talep, arzı yaratıyor. Çoğu zaman bizler şöyle bir yanlışa düşebiliyoruz; 'herhangi bir bölge ya da pazarda ürünümüze talep yok' diyoruz. Ama her zaman durum böyle değildir. Artık günümüzde arz da talep yaratmaya başladı. Düşünün, 20 yıl önce cep telefonu yoktu, arzının ardından her yerde ve herkes kullanmaya, talep etmeye başladı. Dolayısıyla biz, yenilikçi ürünlere odaklanıyoruz ve kısa süre sonra bununla ilgili gelişmeleri de sizlerle paylaşacağız."

Rekabeti bir bütün olarak değerlendirdiklerini söyleyen Ethem Siral ise fiyat rekabeti ya da ticari şartların bu bütünün bir parçası olduğunu, yeni ürünler ya da ürünlerin kalitesinin arttırılması işinin de önemli olduğunu kaydetti. Siral, fabrikanın kırma tesisinin de devreye gireceği bilgisini vererek, bunun da rekabette çok ciddi bir artı değer yaratacağını sözlerine ekledi.

Turyağ'dan neleri devraldık ?
Dünya çapında bir isim...
150 yıllık tecrübe...
Güçlü birliktelik...
OYUN DEĞİŞİYOR!
Cargill
Turyağ

İş ortaklarımızın görüşleri

Hasan Recepoğlu - Nar Gıda

"Cargill'in Turyağ'ı satın alması bizim için enteresan bir gelişme oldu. Dünya çapında faaliyet gösteren bir firmanın satın alması, bizim beklentilerimizi arttırıyor tabii. Dolayısıyla ürünlerin kalitesinde ve yeni ürünler konusunda gelişme bekliyoruz. Ayrıca ürünleri, ambalaj, promosyon ve reklam kampanyalarıyla desteklemek gerektiğini düşünüyorum.

Cargill, nişasta üreticisi ancak şirketin yağ pazarına girmesi de piyasada kabul gördü, yadırganmadı. Türkiye çok geniş bir piyasa, aynı zamanda gelişmekte olan bir pazar var. Bu piyasa ve insanlar yeniliklere açık."

Hüseyin Demirel - Turnam Gıda

"Hayatım seyyar simitçilikle başladı. 15-16 yıl simitçilik yaptım. 1972'de bir simit fırını açtık. Turyağ ile 1980 yılında tanıştık. Yaklaşık 35 yıldır Turyağ ile çalışıyoruz. Bu süre içinde Turyağ ne sağladı size derseniz; 'en azından bir simitçiydim, bu sürede tüccar oldum' derim. İşin sağlaması bu.

Turyağ'ı Cargill satın aldı. Cargill, zaten tanıdığımız bir firma. 35 yıl nişastasını, mısır şurubunu sattık. Biz bütün ürünlerini satmak istiyoruz. Dolayısıyla beklentilerimiz çok. Şu anda piyasada müthiş bir rekabet var. Cargill'in bizim gibi bayilerini desteklemesini bekliyoruz."

İbrahim Topçu - Eflani Gıda

"1980'de kendi pastanemi açtım, 2007'de ise bıraktım. Pastanecilik dönemimizde Turyağ ürünleri kullanıyorduk. Cargill hakkında bir fikrim yoktu. Toplantı çok güzel ve verimli geçti. Bence, böyle de olması lazım. Şirketin de sahaya inmesi lazım. Turyağ, bayisi olarak bizlerin önünü açarsa, biz de sahayı daha güzel yönetiriz, diye düşünüyorum."

İsmail Dağ - Dağ Gıda

"1989'dan beri Turyağ'dayım. 15 yıl personeli olarak çalıştım. 10 yıldır da İzmir Bölge Distribütörlüğünü yapıyorum. Cargill'in Turyağ'ı satın alması bizi heyecanlandırdı. İlk başta çok iyi olacağı tahmininde bulunmuştuk. Gelen bilgiler, ardından buradaki konuşmalar bunun daha iyiye gideceğinin kanıtı oldu.

Ben pastacılık grubunda iş yapıyorum. Bugünkü toplantı oldukça olumlu geçti. Murat Bey'i dinledim, gerçekten iyi şeyler yapma peşinde… Her şeyden önce bizlere yani bayilere değer verildiği kanısındayım. Sektörde "iyi olan kazansın" mantığı var. Biz tabii her şeyi fabrikadan beklemeyeceğiz, kendimiz de bir şeyler yapmak durumundayız. Örneğin, Turyağ ürün kalitesiyle, fiyat desteğiyle önümüzü açtığı zaman, bizim de müşteriye verdiğimiz hizmetleri daha ileriye taşımamız gerekiyor. Ben her şeyin iyi olacağına inanıyorum. İyi günler bizi bekliyor diye düşünüyorum."

Salih Demirel - Ulaş Gıda

"Tokatlıyım. 1980'den bu yana mesleğin içindeyim. Mesleğe başladığım tarihten itibaren de Turyağ ile tanıştım. O günden beri ürünlerini satıyoruz. Bizim için firmanın büyümesi, güçlü olması önemli olan. 'Biz böylece işimizi daha da büyütebiliriz', diye düşünürüz. Ben, hedeflerini gerçekleştirmelerini bekliyorum. Bunun için biz de katkı sağlayacağız. Biz Cargill'i yeni tanıdık. Ancak Turyağ'ı ve Ethem Bey ile ekibini yıllardır tanıyoruz. İyi ilişkilerimiz var. Biz bu ilişkilerin daha iyiye gitmesini isteriz. Türkiye genelinde ama özellikle İstanbul'da rekabete dayalı bir piyasa var. Turyağ burayı fethederse Türkiye'yi de fethedecek demektir."

Dünya çapında bir isim...
150 yıllık tecrübe...
Güçlü birlikteliik...
Cargill

Bir Cargill markası: lezzet ortağınız, TURYAĞ

Turyağ Özel:

Tuzlu ve tatlı kurabiyelerde, tüm mayalı ürünlerde, paskalya çöreği ve çeşitlerinde, tüm keklerde, şekerpare, kalburabastı, şam tatlısı, çerkez tatlısı, hurma ve lor tatlısı, pastacı kreması ve maskot çeşitlerinde kullanılır. Ürünlerin parlaklık ve tazeliklerini uzun süre korumasını sağlar, gevreklik verir.

Turyağ Börek:

Milföy böreği çeşitlerinde, talaş böreği, volovan, kruvasan, kol böreği, serpme börek üretiminde kullanılır. Hamurların kuvvetli merdane darbelerine dayanmasını sağlar. Böreklerin parlak renkli, kabarık ve gevrek olmasını, güzel görüntüsünü ve tazeliğini uzun süre korumasını sağlar.

Turyağ Krema:

Un kurabiyesinde, dökme kuru pastalarda, krema, glazür yapımında, tuzlu ve tatlı kurabiyelerde, tartalet hamurlarında kullanılır. Tüm meyveli, sütlü, çikolatalı kremaların hazırlığında rahatlıkla kullanılır. Elde edilen kremalar kesilmez, kurumaz, sararmaz ve çökmez, hafif, beyaz renkli ve doğal lezzetlidir.

Turyağ Besta:

Milföy hamuru ile yapılan tüm ürünlerde, boyoz, kuru poğaça, kolböreği ve kruvasan üretiminde kullanılır. Kıvamı ve esnek yapısı sayesinde en sıcak imalathanede bile kullanılabilir.

UFA BAKLAVA & NATUREL

Baklava, tel kadayıf, saray burması, su böreği, kandil simidi hazırlanmasında kullanılır. Ufa Baklava ile hazırlanan baklava altın sarısı parlak renkli olur, tazeliğini ve tadını uzun süre korur.

Turyağ Fritöz:

Patates, sosis, sigara böreği, muska böreği gibi tüm kızartmalarda kullanılır. Yüksek ısıya dayanıklı yapısı sayesinde defalarca kullanılabilir. Köpüklenmez, eksilmez ve duman yapmaz.

STY ve T4

Böreklerde, kuru poğaça, pasta, dondurma sosu imalatında kullanılır. Un, yumurta ve suyla beraber hamurun arasına kazıyarak kullanılır.

NTY

Tatlı, tuzlu kuru pastalarda, un kurabiyesinde, kol böreği, kesme ve kürt böreğinde, pişmaniye üretiminde, küçük bisküvi atölyelerinde kullanılır. Çok amaçlı kullanılabilen, değişmeyen kalitesi ve natürel lezzeti ile gevrek, güzel görünümlü, üstün lezzetli ürünler için idealdir.

Turyağ Ayçiçek & Ufa 17:

Sıcak yemeklerin tümünün hazırlanmasında rahatlıkla kullanılır.
Turyağ Ayçiçek; açık sarı renkte, berrak ve tortusuz, kolesterolsüz ve kokusuzdur.
Hamur yağını inceltme özelliğine sahiptir. Sıcak/soğuk yemeklerde, meze, salata ve tatlılarda kullanılır.

TURYAĞ USTALARIMIZ DURSUN ALBARDAK VE SABRİ DÖNMEZ'DEN MUHTEŞEM BİR TARİF: TRİLEÇE

Malzemeleri

- 10 adet yumurta beyazı
- 5 adet yumurta sarısı
- 10 gr kabartma tozu
- 250 gr toz şeker
- 250 gr un

Şurubu

- 1500 gr süt
- 500 gr süt kreması
- 500 gr toz şeker
- 5 gr vanilya

Hazırlanışı

10 adet yumurta beyazı çırpılır ve şeker ilave edilir. Beyazlaşıncaya kadar (kar) çırpılır. Mikser kapatılıp; un, yumurta sarısı, kabatma tozu ilave edilir. yavaş yavaş karıştırılıp bütün malzemelerin bütünleşmesi sağlanır. Bir borcamın tabanı ve kenarları tereyağı ile yağlanarak, karışım borcamın içine dökülür. 130ºC'de ısıtılmış fırına verilir. 20-25'dk pişirilir. Şurup için gereken tüm malzemeler bir kabın içine boşaltılarak şeker eriyinceye kadar karıştırılır. Soğuk şurup, fırından çıkan sıcak kekin üzerine dökülür.

- Tatlı soğuduktan sonra üzerini çeşitli soslar ve meyvelerle süsleyerek servis yapabilirsiniz.

Sabri DÖNMEZ

Dursun ALBARDAK

“Türkiye’de aile şirketi olmak zor; çoğu şirket ikinci, üçüncü kuşağı bile göremiyor.”

“Cargill, bir aile şirketi olarak bir buçuk asrı geride bırakmış. Türkiye’de de Sabancı, Koç gibi dünyaca tanınmış aile şirketleri var. Biz de bir aile şirketi olarak, önümüzdeki bu örnek şirketlerden dersler çıkarmaya gayret ediyor; şirketimizi üçüncü ve daha sonraki kuşaklara, kurumsal kimliğini kazanmış ve dünyaya entegre olmuş bir şekilde bırakmak için mücadele ediyoruz.”

Murat Akmermer

Üç kardeşin en büyüğü Murat Akmermer. Kayserili bir iş adamı o. Şirketi Emek Gıda, Turyağ bayisi. Turyağ’ın Kıbrıs’ta düzenlediği bayiler toplantısına katılan Akmermer’le yaşam öyküsüyle örülü güzel bir sohbet gerçekleştiriyoruz. Hemen tüm Kayserili işadamlarının hikayeleriyle belleklerimize kazınmış olan ‘küçük yaştan itibaren çalışma hayatına atılmak’ kavramı, onun hikayesinde de ortaya çıkıyor; “7 yaşından bu yana ticaretle iç içe bir hayatım oldu” diyor Akmermer.

Zaten Kayseri’de zeki çocukları okutmazlar, işe verirler’ klişesini aklınızdan geçirdiğinizi hisseder gibiyiz ama orada durun isterseniz. Çünkü öyle bir hikaye değil onunki. Akmermer hem okumuş hem de çalışmış. 1989 yılında da rahmetli babalarının 1946’da kurduğu işletmeyi üç kardeş devralıp işin başına geçmişler. Hikayenin asıl ilgi çekici bölümü de burada başlıyor zaten. İsterseniz kendi ağzından dinleyelim bu bölümü:

“100 torba toz şeker, 100 torba da kesme şeker ile başladık.”

“Babamızın işyeri okuduğum ilkokula 100 metre mesafedeydi. Okuldan çıkınca direkt şirkete gelirdim. Üniversiteye kadar bu böyle sürdü. Üniversitede ise işletme okudum. Üçüncü sınıftayken bir gün babam beni çağırdı ve dedi ki; “Bak oğlum, seneye üniversiteyi bitiriyorsun. Ben de ortağımdan ayrılmayı düşünüyorum. Ne iş yapmayı planlıyorsun, hiç düşündün mü?”

O zamanlar ortanca kardeşim Mehmet Bey liseyi bitirmiş, ‘ben artık okumayacağım’ diye bayrağı çekmişti. En küçüğümüz ise ortaokula gidiyordu.

Ben her zaman şöyle derim; “Allah kimseyi gördüğünden geri koymasın.” Biz esnaf kültürüyle yetiştik. Belirli, düzenli bir gelirimiz olmadı hiçbir zaman. Eh, babamız da ticaret yapmış; “Senin deneyimlerinden de faydalanarak biz de ticaret yapmak istiyoruz.” dedik. Bu arada babamızın mesleği, kuruyemişçilikti. Toptan kuruyemiş ticareti yapardı, perakendeye pek girmez, sadece tedarik işi yapardı.

Bunun üzerine babam şöyle dedi: “Ben 33 yıldır bu işi yapıyorum ve bu noktaya getirdim. Ben bu 33 yıllık emeği birdenbire size teslim etmem. İşi size devrederim ama bir şartla; imtihan olacaksınız.”

‘Baba, biz 7 yaşından beri yanındayız, ne imtihanı?’ dediysek de nafile. “Bugüne kadar babanızın işini yapmıştınız. Şimdi siz ne yapacaksınız, ben ona bakacağım.” dedi.

Size bir araba alacağım. 100 torba toz şeker, 100 torba da kesme şeker ile başlayacaksınız. Altı ay böyle devam edecek.

Biz bunun üzerine, 1989 yılıydı ortanca biraderimle başladık. Rahmetli kendisi de 3 ay yurtdışına çıktı. Başımızda da bulunmadı. Bakalım ne yapacaklar bunlar diye, bizi bize bıraktı gitti. 6 ay sonra hesaplara baktık; iyi. “Tamam” dedi babam, “ben size 10 yılda işi kademe kademe devrederim.”

Gerçekten de bu 10 yılda bize öğretmenlik, danışmanlık yaptı.”

“Türkiye’de aile şirketi olmak zor.”

“Matematiksiz ticaret olmaz, ama kazanç da matematikle olmaz. Biz de bugüne kadar hep taşıyabileceğimiz yükün altına girdik. Yavaş yavaş işimizi büyüttük. Türkiye’de aile şirketi olmak zor. Çoğu şirket ikinci, üçüncü kuşağı bile göremiyor.

Onun için bu toplantı beni memnun etti. Cargill de bir aile şirketi olarak bir buçuk asrı geride bırakmış. Zira Türkiye’de de dünyaca tanınmış Sabancı, Koç gibi aile şirketleri var. Biz de bir aile şirketi olarak kurumsallaşmaya dikkat ediyoruz. Önümüzdeki bu örnek şirketlerden dersler çıkarmaya gayret ediyoruz. ‘İyi yapanlardan ders, kötü yapanlardan ibret almak’ felsefesiyle hareket ederek şirketimizi üçüncü ve daha sonraki kuşaklara, kurumsal kimliğini kazanmış ve dünyaya entegre olmuş bir şekilde bırakmak için mücadele ediyoruz.”

Müthiş bir öykü. Keyifle dinledik. Dilerseniz bugünkü toplantılara geçelim ve bir değerlendirme rica edelim sizden…

“Buradaki tüm toplantılarda altı çizilen bir husus var; eğitim. Ama bizim Anadolu insanı işitsel eğitimden hemen sıkılıyor, onun için bunun görsel eğitimle desteklenmesi gerektiğini düşünüyorum. Bu nedenle Cargill’in özellikle ustaların uygulamalı eğitimi konusuna projeksiyon tutmasını da önemsedim. Bunu da ifade etmek isterim. İnşallah buna devam ederler.

Eğitimi uygulamalı olarak yapmak hatta gerekirse ustalar için pedagojik formasyonu da dahil etmek önemli. Bu suretle gerek bizlerin satış ekiplerinin eğitimi gerekse de şu anda pazarda ulaştığımız müşterilerimizin ustalarının eğitimi gerçekleştirilebilir. Müşterilerimizin pek çoğunun ustaları çıraklık dönemi geçirmedikleri için tecrübeleri yeterli değil. Açıkçası sektörde yetişmiş usta sıkıntısı var. Bu nedenle ustalara uygulamalı eğitimler vermek lazım ve bunu en iyi Cargill yapabilir diye düşünüyorum.

Eğitim konusu, Cargill’in pazarda başarılı olabilmesinin asli unsurlarından biridir. Tabii, Turyağ’ı yeni devraldılar; zaman içerisinde daha rantabl uygulamalar göreceğimizi düşünüyorum.”

Şimdi biraz geriye gidelim ve Turyağ ile tanışmanızdan bugüne gelelim…

Turyağ ile ilk tanışmamız EGAL vasıtasıyla oldu. Biz Kayseri'de EGAL'in dağıtıcılığını yapıyorduk. EGAL, Ülker'in bir kuruluşu. Sonra Turyağ, EGAL bünyesinden çıktı ve kendi dağıtım ağını kurdu. Ondan sonraki süreçte Turyağ ile ilişkimiz devam etti.

Bu süreci biraz özetler misiniz?

Şöyle ifade edeyim isterseniz… Bizim Turyağ ile ilişkilerimizde Uğur ailesinden öncesine ve sonrasına bakmak lazım. Uğur ailesi öncesinde bizim çok da sıkı ilişkilerimiz yoktu. Bunda, endüstriyel pazara çok sonradan girmiş olmamızın da etkisi var tabii. Uğur ailesi ve tabii Ülker ortaklığının da etkisiyle fabrikanın belli standartlarda üretim yaptığını ve bunu koruduğunu söyleyebiliriz. Ama endüstriyel tarafta istenen ve beklenen adımların atıldığını pek söyleyemeyiz. Yani bugün bu toplantıda konuştuğumuz üzere "oyunu değiştirecek" adımlar atılmadı, diyebiliriz. Turyağ'ın satış aşamasında, biz Cargill'i biraz araştırdık. Nihayetinde Turyağ, bir anlamda ortağı, çözüm ortağı olduğumuz bir kuruluş.

"En başta başarı, inanmakla alakalıdır!"

Biz bir aile şirketiyiz ve hep şunu söyleriz; "En başta başarı, inanmakla alakalıdır!" Karşılıklı inandıktan sonra başarı da gelir. Şöyle düşünün; ana borudan su kanallara akar, bu ana kaynaktaki su, kanalları ne kadar doldurursa, desteklerse o kadar başarı gelir. Eğer bu su kanalları dolduramazsa, yeterince desteklemezse, açıkçası 'Polyannacılığa gerek yok', kanalların elinde de sihirli değnek olmadığına göre bir şey yapamaz. Ama bu başarı için suyun doğru kanallardan da akması gerekir. Yani, yukarısı size gerekli desteği veriyor ama bu destek heba ediliyorsa bu da iyi bir şey değil.

Ben, bundan sonrası için münazaralarla, pazarın şekline, bölgemizin yapısına ve ürünün muhteviyatına göre; tabii birden büyük manevralar yapmak değil ama hızlı manevralarla pazarda güzel işler yapabileceğimizi düşünüyorum.

Peki, ev dışı tüketim sektörünü nasıl değerlendiriyorsunuz?

Türkiye son yıllarda giderek sosyalleşiyor. 2006'dan sonra bu giderek kartopu misali büyümeye devam etti. 2010'dan sonra ise çok hızlı ivme kazandı. Ben halen ev dışı tüketim pazarının net olarak ölçülebildiğini düşünmüyorum. Ölçmekte zorlanıyoruz ama durmadan da büyüyor. Endüstriyel yağ pazarının 230 bin tondan 450 bin tona yükseldiği görülüyor. 200 bin tona yakın bir artış var. Bu bize pazarın büyüdüğünü, ilerlediğini gösteriyor. Ben daha da ilerleyeceğini düşünüyorum. Çünkü Türk toplumu ev dışında tüketmeye alıştı. Bu ister istemez bir noktada doyuma ulaşacaktır. Bir noktada 'evde tüketim, aile ile tüketim' tekrar akıllara gelecektir ama o gün gelene kadar pazardaki bu ivme kartopu gibi büyümeye devam edecektir.

Kayseri'de durum nasıl?

Ev dışı tüketime baktığımızda, tüketici profilinin yüzde 60-65 oranında genç kesim olduğunu görüyoruz. 'Gençler pazarı büyütüyor' diyebiliriz. Ben bunun belli bir dönem daha böyle gideceğini düşünüyorum. Fevkalade gelişmeler olmadığı müddetçe ev dışı tüketim harcamaları artmaya devam edecektir. Bu iş hızlı bir şekilde büyüyor. Tüketici de bu konuda arzulu, istekli, yeniliğe açık. Bence üreticiler de bir şeyler yapmak istiyorlar ama henüz kat edilmesi gereken daha çok mesafeler olduğunu düşünüyorum.

Çünkü sektörümüzde 'düşüncede profesyonel, çalışmada ise amatör ruhlu insanlar' hizmet kalitesinin düşmesine sebep oluyor. Şu anda her ne kadar azaldıysa da bunlar, bu konuda ne kadar mücadele yapsak da ne yazık ki hizmet kalitesini düşürüyorlar. Kısa vadede olmayabilir ama orta ve uzun vadede bunun da düzeleceğine inanıyorum. Tabii, bu da eğitimle alakalı.

GIDA

İNEKLER NE İSTER?

İnekleri rahat ettirmek, Doğu Kanada'da Cargill tarafından desteklenen CowSignals programının odak noktasını oluşturuyor. Programın amacı ise sloganıyla özetlenecek kadar basit: "Mutlu İnekler, Mutlu Çiftçiler, Mutlu Tüketiciler."

Mandıra yönetimiyle iletişimi kolay olmadı 43 numaralı ineğin. Mandıra sahipleri Martin ve Erica van Rooyen'e rahatsız olduğu konuyu nasıl söyleyeceğini bilmiyordu. Sessizliğini korudu ve bu nedenle verimliliği azalmaya başladı.

Bir süre sonra bir grup uzman, van Rooyen'in çiftliğinde 43 numaralı ineği ve sürüsünü birkaç saat inceledi. İneği ve çevresini dikkatle gözlemleyerek verdiği sinyalleri incelediler. İnek huzursuzdu ve ayaklarını yere sürüyerek yürüyordu. Çünkü toynakları tahriş olmuştu ve iyi dinlenemiyordu.

Uzmanlar, van Rooyens'e ineğin dinlenme alanını (ahırı) genişletmesini, bunun yanında pedikür ve ayak banyosu da dahil olmak üzere 43 numaralı ineğe profesyonel tırnak bakımı yaptırmasını önerdi. Şu anda 43 numaralı inek çok mutlu ve bu durum onun süt verimine de yansıdı.

Süt veren ineği rahat, sağlıklı ve verimli olduğu için kendisi de mutlu olan Martin van Rooyen, "Süt ineklerinin mutlu olduğunu gözlemleyebiliyorsunuz çünkü fazladan süt veriyorlar ve daha çabuk hamile kalıyorlar. Tüm bunlar ineğin rahatlığından kaynaklanıyor." diyor.

"Mutlu İnekler, Mutlu Çiftçiler, Mutlu Tüketiciler."

İneğin ergonomik ihtiyaçlarını yani onların rahatını, süt verimini ve sürüdeki yaşam süresini etkileyen çevresel faktörleri analiz etmeleri için mandıracılara genel bir çerçeve sunan CowSignals eğitim programı, ineklerin rahatlığına odaklanıyor. Programın amacı ise sloganıyla özetlenecek kadar basit: "Mutlu İnekler, Mutlu Çiftçiler, Mutlu Tüketiciler."

İki yıl önce Cargill, Doğu Kanada'daki CowSignals programını destekleyen Kuzey Amerikalı ilk yem şirketi oldu. CowSignals Eğitim Şirketi'nin kurucusu, başarılı "Cowmunicator" Dr. Joep Driessen, programdaki Cargill çalışanlarına eğitim vermek için Hollanda'dan Ontario'ya geldi. Şu anda 14 Cargill hayvan besleme danışmanı, ahırlarında CowSignals seanslarına ev sahipliği yapmak için Ontario ve Quebec'de mandıracılarla çalışan "sertifikalı usta - CowSignals eğitmeni" olarak çalışıyor. Cargill eğitmenleri, CowSignals programı çerçevesinde dikkatli bir gözlem süreci ile komşu çiftçilere de öncülük ediyorlar.

"Bu programla, alanında gelişmek isteyen ve yaptığımız işin bir parçası olmak isteyen en iyi üreticileri topluyoruz." diyen Doğu Kanada Cargill Yem & Besleme Yöneticisi Charles Lapointe, müşterileri ile görüş alışverişinde bulunarak başarıyı yakaladıklarına dikkat çekiyor.

Doğu Kanada'da 100'den fazla mandıracı, 2013 yılından bu yana CowSignals seanslarına ev sahipliği yapıyor. Artık mandıracılar, Cargill çiftlik danışmanlarını "sadece hayvanları besleyen insanlar" olarak görmüyorlar çünkü onların özel değerlendirmeleri, çiftçilerin inek sağlığına, rahatına ve performansına farklı pencerelerden bakmasını sağlıyor.

Kendi bölgesinde CowSignals'ın ilk seanslarından birine ev sahipliği yapan van Rooyen, programla ilgili görüşlerini; "Daha da iyiye gitmek için yeni fikirlere her zaman açığız. CowSignals gerçekten de sizi düşündürüyor. İneğin bir sorunu olduğunda suçu beslenme ya da yemde bulmak çok kolay. CowSignals'le çevresel faktörler de dahil olmak üzere sorunu daha derinlemesine inceliyoruz." sözleriyle özetliyor.

thrive™

Sinyalleri okumak

Pol Acres Ltd. şirketindeki bir eğitim toplantısında, Cargill Yem & Besleme Danışmanı ve CowSignals Koordinatörü Darryl Smith, inek deneyiminde tam emilimi teşvik etti. Katılımcılar üç saat boyunca inekler arasında dolaştı. Bu sürede ölçümler aldılar, ineklerin üzerinde bulunduğu zemini test etmek için diz çökerek inceleme yaptılar, inekler üzerindeki şişlik ve çizikleri incelediler ve ışıkölçerlerin okumalarını almak için inek göz hizasına çömeldiler.

Gözlemciler bulgularını kaydettiler ve daha sonra ev sahipliği yapan çiftçiyle birlikte yapıcı bir geri bildirim toplantısı yapmak için bir araya geldiler.

Kısa bir süre önce komşu çiftlikte yapılan oturuma katılan ve aynı zamanda bir Cargill müşterisi olan Glenn Rhames, yapılan işi "Birini eleştirmiyorsunuz. Bilgi paylaşıyorsunuz." sözleriyle açıklıyor ve ekliyor: "Farklı çiftlikleri görmek, onların neyi farklı yaptığını ve kendi çiftliğimde neleri geliştirebileceğimi görmek, bana her zaman ilginç geldi."

"Mutlu, sağlıklı ineklere sahip olmak istiyorum. Tek amacım budur."

CowSignals toplantılarındaki gözlemciler genellikle Cargill müşterileri ile geleceğe dönük müşteriler, veterinerler, bankacılar ve çiftlik ekipman satış elemanları gibi süt çiftliği danışmanlarından oluşuyor.

Charles Lapointe; "Onların işlerini yapmak istemiyoruz, ancak arazide müşterilerimiz olan profesyonellerin işini en iyi yapanlarla çalışmasını sağlamak istiyoruz." diyor.

Pol Acres Ltd.'nin sahibi Brian Pol, dışarıdan gelenlerden alınan geri dönüşlerin özellikle 150 ineklik işletmesine uygun olmasından minnettar. Bu geri dönüşler, Brian Pol'un pratik bilgi birikimine katkıda bulunmakta ve kendisinin bireyler olarak gördüğü ineklerinin davranış sebepleri üzerinde düşünmesine yardımcı olmakta.

"Bu, tüketicilere benim de onlarla aynı ortak çıkarlara sahip olduğumu göstermektedir" diyor Pol ve ekliyor: "Mutlu, sağlıklı ineklere sahip olmak istiyorum. Tek amacım budur.".

Çiftlik Hayvanı Refahı konusundaki İş Değerlendirmesi'ne yönelik 2012 yılına ait bir rapora göre, endüstrileşmiş ülkelerdeki tüketicilerin %70'i, daha yüksek hayvan refahı standartlarıyla üretilmiş ürünler için daha yüksek fiyatlar ödemeye razıdır. Tüketicilerin aldıkları sütün CowSignals programında yer almış bir çiftlikten gelip gelmediğini öğrenmesini sağlayacak bir etiketleme şu anda olmasa da Kanada süt endüstrisi daha yüksek hayvan refahı standartları yönünde ilerlemekte. CowSignals'a katılmaları ise çiftçilerin bu standardı yakalamasına yardımcı olabilir.

Bugün elde edilen sonuç daha sağlıklı ve üretken ineklerdir. CowSignals programının Doğu Kanada'daki popülerliği Cargill'in işlerine fayda getirdi. Programın uygulamaya girmesinden bugüne işler %10 oranında büyüme gösterdi.

Cargill Yem & Besleme İş Ünitesi Geviş Getiren Hayvanlar İşletme Grubu Yöneticisi Barry Sutherland, iş biriminin ilk CowSignals sertifikalı yöneticisi de aynı zamanda. Sutherland "CowSignals bizi farklılaştırdı. Eskiden yalnızca yem oranlarına odaklanıyorduk. Şimdiki düşünce şu; Hayvan yönetimi ve hayvan refahının tüm yönlerine odaklanmamız gerekiyor, çünkü bu kombine etmenlerin verimlilik üzerinde çok büyük bir etkisi var."

Cargill ekibi, CowSignals tavsiyelerinin yalnızca süt işletmesi için değil, aynı zamanda inekler için de ne kadar işe yaradığını belirlemek istemekte. Bu nedenle ekip, inek yaşam süresindeki artışlarla ilgili kesin verileri topluyor ve ortalama doğumları (veya inek hamileliklerini) ve sonuçta ortaya çıkan para getiren emzirme döngülerini sayıyor.

Aynı zamanda bir veteriner hekim olan Sutherland; "En iyi sürülerde ineklerin %47'si üçüncü veya daha sonraki emzirme dönemlerinde. Müşterilerimizin ve ineklerinin sürülerde ortalama 5 emzirme dönemine sahip olmanın faydalarından istifade etmesini istiyoruz." diyor.

Van Rooyen'ler CowSignals programıyla uyguladıkları değişimin yalnızca İnek 43'ün değil tüm sürünün verimini arttırdığını söylüyorlar. Erica van Rooyen şöyle konuşuyor: "Bu iyi bir ilişki. Biz, kârımızı arttırmak istiyoruz. Bu yüzden hedefimize ulaşmamıza yardımcı olacak firmayla yola devam etmek istiyoruz."

"Hayvan yönetimi ve hayvan sağlığının tüm yönlerine odaklanmamız gerekir... Tüm bu faktörlerin verimlilik üzerinde önemli bir etkisi vardır." Cargill Feed & Nutrition (Cargill Yem & Beslenme) veteriner ve geviş getiren hayvan iş grubu yöneticisi Barry Sutherland.

Cargill müşterileri Martin ve Erica van Rooyen çiftliklerindeki alanda ilk CowSignals toplantılarından birine ev sahipliği yapmıştır.

Pol Acres Ltd.'deki "dizboyu" inek deneyiminde, katılımcılar bir CowSignals eğitim toplantısında ahır aralıklarının inek refahına nasıl katkıda bulunduğunu değerlendirmek için ölçümler alıyor.

Cow Signals (Sığır Davranışları) programı katılımcısı Martin van Rooyen sürüsünden sinyal almakta ve süt faaliyetlerinde sürekli gelişme gözlemlemektedir.

CowSignals eğitim programının amacı ineğin rahatlığıdır. Üreticilerin kazançlarını arttırması programın faydalarından biridir.

Cargill News March – April 2015 Haber: Amanda Halbersma
Fotoğraflar: Brian Pieters

Kurabiye bahane, LÖSEV'e destek şahane

Cargill çalışanlarının, Meslek Lisesi Koçları Programı'nda gönüllü koçluk yaptığı 8 Meslek Liseli kız öğrenci, Give & Gain Day 2015 etkinliği kapsamında Cargill'in dünyaca ünlü Gerkens kakaosu ve nişastası ile kurabiye yaptılar. Öğrencilerin birbirinden lezzetli kurabiyeleri, yine Cargill çalışanları tarafından satın alındı ve satıştan elde edilen gelir, Lösemili Çocuklar Vakfı'na (LÖSEV) bağışlandı.

Ankara Gaziosmanpaşa Kız Teknik Meslek Lisesi Yiyecek İçecek Bölümü 10. sınıflarından 8 kız öğrenciye, Özel Sektör Gönüllüleri Derneği'nin (ÖSGD) Meslek Lisesi Koçları Programı (MLKP) kapsamında gönüllü koçluk yapan Cargill çalışanları, bu kez öğrencilerle farklı bir etkinlikte bir araya geldi.

Yine ÖSGD önderliğinde 4-10 Mayıs 2015 tarihleri arasında bu yıl dördüncüsü düzenlenen Çalışan Gönüllülüğü Haftası'na (Give&Gain Day 2015) destek veren Cargill, geçen yıl olduğu gibi bu yıl da haftayı Meslek Liselilerle birlikte gerçekleştirdiği etkinlikle kutladı.

Projeye katılan gönüllü 8 kız öğrenci, 6 Mayıs Çarşamba günü Cargill Ankara Ofis'ten Halkla İlişkiler Asistanı ve aynı zamanda MLKP Şirket Sorumlusu ve grubun MLKP Koçu olan Songül Yılgın ile bu önemli haftada düzenlenen etkinliğe katılım sağladılar. Öğrenciler, okullarının uygulama anaokulu mutfağında Cargill Nişastası ve Cargill'in dünyaca ünlü kakao markası Gerkens'i kullanarak kurabiyeler hazırladılar. Kurabiyelerin büyük bölümü kakaolu, sade ve tatlı hazırlandı ama tuzlu kurabiyeleri sevenler de unutulmadı.

Cargill İstanbul Merkez Ofisi ve Bursa Orhangazi Mısır İşleme Fabrikası çalışanlarına satılmak üzere paketlenen kurabiyeler, Cargill ve Give & Gain logoları ile etiketlendi ve süslendi.

Kakaoya yolculuk

Paketlenen ve süslenen kurabiyeler, öğrenciler, Okul Müdürü Sakine Kaya ve MLKP Sorumlu Öğretmeni Gülsüm Aktaş eşliğinde, 8 Mayıs Cuma günü Cargill İstanbul Merkez Ofisi'ne doğru yola çıktı.

Tüm etkinlik boyunca kafileye eşlik eden Songül Yılgın, öğrencilerin oldukça heyecanlı olduklarını ve İstanbul'da kendilerini bekleyen sürprizlerden haberleri olmadığını söyledi.

Yiyecek İçecek Bölümü öğrencileri için ilk sürpriz, Cargill Teknik Ekibi ile bir araya geldikleri kakao etkinliği oldu. Ar-Ge Müdürü Sidal Serbest, Laboratuvar Teknisyeni ve aynı zamanda Cargill MLKP Koçlarından biri olan Muzaffer Arı'dan kakao hakkında detaylı bilgiler edindiler.

Öğrencilerin kakaoya yolculuğu Cargill Uygulama Mutfağı'nda kokolin yapımını deneyimlemeleri ile tamamlandı.

Farklı kariyer hikayeleri

Kokolin yapımının ardından öğrenciler, Teknik Ürün Müdürleri Kenan Çelebi ve Sinem Kural, şirketin diğer MLKP koçlarından Müşteri Hizmetleri ve Lojistik Uzmanı Sercan Şahin, Kredi Risk Lideri Aykut Yakut ve Hububat ve Yağlı Tohumlar İş Ünitesi Asistanı Bensu Tulgar ile tanıştılar.

“Bu tanışmaların her birinin, öğrencileri farklı bir kariyer hikayesi ile buluşturduğunu ifade eden Songül Yılgın, eğlenceli ve sürprizlerle dolu günü nasıl geçirdiklerini anlattı:

“Öğlen yemeği için öğrencileri bir sürpriz bekliyordu. Üsküdar’da deniz kıyısındaki bir mekan seçilmişti ve yemek sonrasında Kız Kulesi gezilecekti. Bu, özellikle İstanbul’a ilk kez gelen öğrenciler için büyük bir sürpriz oldu. Bol bol fotoğraf çeken öğrenciler Kız Kulesi gezisinden de oldukça mutlu ayrıldılar.

LÖSEV yararına kurabiye satışı

“Tekrar Merkez Ofis’e gelindiğinde saat 14.30’du. LÖSEV yararına kurabiye satışı gerçekleşecekti ve aslına bakılırsa bu etkinlik, öğrencilerin katıldığı ilk KSS projesi.

Cargill çalışanları, bir taraftan kurabiye satışı hakkında e-posta ile bilgilendirilirken bir taraftan da Çalışan Gönüllüğü Haftası vurgusu yapıldı. Ofiste, üzerlerinde Give&Gain logolu kırmızı Cargill önlükleri ile dolaşan öğrencileri bu kez telaşlı gördüm. Çünkü ‘nasıl satacağız, ya satamazsak’ diye düşünüyorlardı. Tüm tepsiyi almak isteyenler ya da bir kurabiyeyi ederinden çok daha yüksek rakamlara satın almak isteyen çalışanlar karşısında neye uğradıklarını şaşırdılar. Kısa sürede kurabiyelerin bitmiş olması, öğrencileri oldukça mutlu etti. Kendi el emeklerinin böylesine değer bulması çok hoşlarına gitmişti.

Bu mutluluklarına daha sonra, Cargill Kredi Risk Lideri (MLKP Cargill Koçu) Aykut Yakut ile kişisel gelişimleri, kendi farkındalıkları ve hedefleri üzerine 45 dakika süren keyifli bir sohbet eklendi.

Günün sonunda yorgun ama keyifliydiler. Zihinlerinde, kalplerinde hangi duygu ve düşüncelerle eve dönüş yolundaydılar bilmiyordum ama bu kısa sürede öğrendikleri pek çok bilgiyi ceplerine koyarak bu geziyi tamamladıklarını umuyorum.

Çünkü kurabiye yapımı ile ekip olarak ortaya maddi değeri olan çok şık ve tabii oldukça lezzetli bir iş çıkardılar. Kakaoyu daha önce sadece toz halinde görmüşlerdi ama Cargill Mutfağı Teknik Ekibi sunumları sayesinde kakaonun her halini deneyimlediler. Düzenlediğimiz mini workshop’ta kokolin yapmayı öğrendiler ve çok ilgileri olmasa da satış teknikleri hakkında artık ufak da olsa bilgileri var. Bunun yanında İstanbul’a turistik ve tarihi biz gezi yapmış oldular.

Ama en önemlisi, Give&Gain etkinliğinde yer alarak hem LÖSEV gibi bir sivil toplum örgütüne destek hem de bununla birlikte sosyal sorumluluk ve gönüllülük projelerinin ne anlama geldiği konusunda fikir sahibi oldular. Son bir şey daha; Güvenle Hedefe Doğru, Zaman Yönetimi, Sürekli Öğrenme ve Gelişim, Sorumlu Vatandaşlık gibi MLKP eğitim programını deneyimlediler ve özgüven geliştirdiler.”

Cargill'in küresel dünyasına olağanüstü keşif

Cargill Teknik Yönetici Yetiştirme (Technical Management Trainee - TMT) Programı'na seçilen 9 genç TMT, kendilerini Cargill dünyasında olağanüstü bir keşif serüvenine çıkaracak ilk adımı attılar.

Eğer üniversitelerin Mühendislik ya da buna yakın başka bir bölümünden mezun olduysanız, teorik bilgilerinizi gerçek hayatta uygulayabilmek oldukça önemlidir. Cargill'in Teknik Yönetici Yetiştirme Programı (Technical Management Trainee - TMT), pratik deneyim kazandırmanın yanında, kariyerlerinin başlangıcında olan genç mühendislere küresel iş dünyasında gerçek sorumluluğun ne olduğunu öğretiyor.

"Dahası da var!" diyor İK Uzmanı Sena Erkaya ve ekliyor: "Genç TMT'ler, çevresel açıdan sürdürülebilir bir şekilde dünyayı beslemede önemli rol oynayan global bir şirketin parçası oluyorlar. 152 bin çalışanımızla 67 ülkede faaliyet gösteriyoruz. Cargill, gerçek bir küresel organizasyona sahip ve TMT adaylarımız kendilerini tam da işlerinin merkezinde bulacaklar."

Büyümeye paralel olarak TMT sayısı arttı

Teknik Yönetici Yetiştirme Programı (TMT), Cargill'de uzun zamandır uygulanan bir program. Bu yıl daha geniş kapsamlı bir TMT alımı gerçekleştirdiklerini kaydeden Sena Erkaya, önceki yıllarda 3-4 TMT alınırken bu yıl sayıyı arttırdıklarını ve 9 TMT aldıklarını kaydetti.

Erkaya, farklı disiplinlerden mezun mühendislere ulaşabilmek ve olabildiğince çok nitelikli adayı çekebilmek amacıyla sosyal medyayı kullandıkları İK projesi hakkında şu bilgileri verdi:

"Kariyer.net, linkedin ve secret.cv gibi kariyer sitelerinde ilanımızı çıktık. Diğer taraftan Cargill çalışanlarından oluşan harika bir video hazırladık. "Cargill'de çalışmayı seviyorum çünkü…" ile başlayan bu videoyu Facebook sayfamızda yayınladık. Bunun yanı sıra videoyu kariyer.net ve secret.cv ilanlarında da kullandık. Videomuz oldukça ilgi çekti. Tüm bu çalışmalar sonucunda 967 başvuru elde ettik.

Başvuru sahibi adaylardan 168'i ile görüşmeler yaptık. Bu ilk görüşmenin ardından aday sayısı 50'ye indi. Bu adaylar da İngilizce, genel yetenek, kişilik envanteri ve bire bir mülakat yöntemiyle 20 kişiye indirildi. Son olarak bu 20 aday, 2 günlük selection board eleme sürecinde yer aldı. Bu zorlu maratonun ardından 9 adayımızı TMT olarak seçtik.

TMT'lerimiz, kariyerlerine Cargill gibi global bir firmada başlangıç yapmış olmanın mutluluğunu yaşıyorlar. Kendilerine Cargill'de başarılarla dolu bir iş yaşamı diliyorum."

Cargill Liderlik Kültürü

Geçen yıl Turyağ ve Alemdar Kimya alımlarıyla büyüyen Cargill Gıda Türkiye, Orta Doğu ve Kuzey Afrika pazarına da açıldı. Cargill Gıda Orta Doğu, Türkiye ve Kuzey Afrika İK Müdürü Seza Ünal; şirketin giderek büyüyen organizasyonu için, iş dünyasında uluslararası düzeyde var olmak isteyen, seyahat etmeyi seven ve kariyer gelişimlerinin bir parçası olarak başka ülkelere yerleşme esnekliğine sahip mezunlar aradıklarını söylüyor.

Günümüz dünyasında şirketler, gelişen dünyanın değişen ihtiyaçlarına cevap verebilen yöneticiler ve liderlerle başarıyı yakalıyor. Yine bu liderler, geleceğin şekillendirilmesinde önemli roller üstleniyor.

Cargill'de liderliğin, üst yönetimden staj pozisyonlarına, satış yönetiminden, üretime kadar her alanda ve seviyede olduğunu vurgulayan Ünal, genç TMT'lere şu mesajı iletiyor:

"Cargill'in liderlik kültürü, şirketin 150 yıllık geçmişiyle yoğrulmuştur. Bizde liderler pozisyonları ile değil kalpleri, davranışları ve düşünceleri ile tanımlanırlar. Eğer üniversiteden yeni mezun olmuş, motivasyonu yüksek biriyseniz, Cargill'in bilimsel ortamında liderlik yeteneğinizi ve tutkunuzu gösterin; bu, tam da bizim istediğimiz şeydir.

Liderlik Modelimiz, sadece en iyilerin seçilmesi için değil aynı zamanda gelişim ve performans yönetimine zemin oluşturacak şekilde tasarlandı. Bu da şu anlama geliyor; hem program süresince hem de sonrasında TMT'lerimizi, liderlik yeteneklerini ve tutkularını ortaya koyabilecekleri şekilde desteklemeye hazırız. Burada aradığımız tek koşul; sorumluluk duygusu gelişmiş olmak ve kesintisiz bir şekilde süreç iyileştirmeye odaklanmaktır."

Gizem Uzun:

"Beni en çok etkileyen şey; hayal edip, elde etmek için çabaladığım hedeflerin, çalışma haklarının ve çalışma ortamının sunulması oldu. Mülakatlar nedeniyle stresimizi azaltmak ve kendimizi daha rahat ifade etmemizi sağlamak için her şey düşünülmüş, hazırlanmıştı. Bir mülakattan daha öte, bizi gerçekten tanımak istiyorlardı. Kendimi daha önce buraya aitmiş gibi hissettim. Bu aile ile birlikte olduğum süre içerisinde yeni şeyler öğrenme, işleyişi oturmuş sistemli bir şirket kültürüne tanıklık etme, teknolojiyle ve yeniliklerle bir arada olma fırsatım olacak."

Hazal Baştar:

"Cargill, dünya devi bir firma olmasının yanı sıra TMT seçimlerinde gerçekleşen organizasyonda çalışanlarına gerçekten değer verdiğini kanıtladı. Organizasyonlar sırasında hem çok keyif aldım hem de en az benim kadar Cargill'in de kariyerime önem verdiğini hissettim. Gerçekten çok güzel bir deneyimdi benim için ve şu anda bir Cargill'li olduğum için çok mutluyum."

Kübranur Armutlu:

"Cargill'de, biz Y kuşağı çalışanlarının tam da aradığı gibi dinamik bir çalışma ortamı var. Çok uluslu bir firma olması ve farklı kültürleri bir araya getirmesi de tercihimde belirleyici oldu. Aldığım eğitim ve ilgi duyduğum konulara istinaden üretim planlama, yalın üretim, operasyonel mükemmellik ve proses entegrasyonu gibi teknik konularda kendimi geliştirmek istiyorum. Bununla birlikte farklı kültürleri tanımayı, Cargill'in başka ülkelerdeki organizasyonlarında çalışmayı ve şirket bünyesindeki sosyal sorumluluk projelerinde rol almayı da çok arzuluyorum."

Nihan Ovat:

"Bir Kimya Mühendisi olarak mühendisliğimi gerçekten yapabileceğimi düşündüğüm uluslararası bir şirket olduğu için Cargill'i tercih ettim. Assessment center ile gözlemlemeye başladığım üzere, şirket içindeki sıcak ve samimi adeta aile olarak adlandırabileceğim ortam beni çok etkiledi. Organizasyon çok başarılıydı, mülakat zamanları dışında tanıştığım Cargill çalışanlarından aldığım bilgiler, Cargill'e "Evet!" dememde en büyük katkıyı sağladı. Buradaki kariyer beklentim, sorumluluğunu üstleneceğim zorlu görevlerin beni daha iyi bir mühendis haline getirmesidir."

Özlem Şenay:

"Bir Kimya Mühendisi olarak, okulda öğrendiğim bütün bilgileri Cargill'in birikimi ile birleştirerek kendimi geliştirebileceğimi düşünüyorum. TMT pozisyonu bir mühendis için çok önemli. Vardiya Amiri olmak, fabrikanın her yerini yaşayarak öğrenmeniz ve işin mutfağından yetişmeniz için biçilmiş kaftan. Burada, fabrika müdüründen, koordinatörlere kadar istediğimiz zaman istediğimiz kişi ile konuşabiliyor, fikirlerimizi paylaşabiliyoruz. Daha da önemlisi, fikirlerimiz her zaman büyük bir ciddiyetle ele alınıyor ve uygulamaya geçilmesi noktasında gereken her şey yapılıyor."

Yaprak Bulut:

"Cargill bana heyecan veren ve geleceği olan bir sektörde faaliyet gösteriyor. Tanışma sürecimizde en az bizleri tanımaya çalıştıkları kadar, kendilerini, şirket kültürünü, ilkelerini ve hedeflerini anlatmalarından da çok etkilendim. Böylece kendimi bu hedefleri sahiplenmiş ve bu doğrultuda çalışmaya istekli hissediyorum.

TMT organizasyonu, oldukça eğlenceli, etkileyici ve dinamik bir seçme süreciydi. Böylece alanlarında başarılı profesyonellerin beni birçok yönden sınayarak güçlü yanlarımı ve geliştirmem gereken noktaları doğru saptadıklarına eminim. Benim için en doğru yönlendirmeleri ve planlamaları yaptıklarına da inanıyorum."

Evyap
Satın Alma Direktörü

Mert Sevinç

“Cargill ve Evyap kültürleri ‘söz kontrattır’ cümlesinde birleşirler.”

“Konu yardım olduğunda çok hızlı organize oluruz.”

“Cargill gibi güvenilir bir iş ortağımızdan “Destek Market” gibi anlamlı ve bize uygun bir proje gelince hemen ilgimizi çekti. Önce gidip marketi ve dernek yöneticilerini yerlerinde ziyaret ettik, ihtiyaçları ve süreci belirledik, yaklaşık bir ay önce de ilk sevkiyatımızı yaptık. Ağırlıklı olarak bebek bezi, katı ve sıvı sabundan oluşan bir desteğimiz var ve önemli bir aksilik olmadığı sürece de desteğimiz devam edecek.”

Cargill ve Evyap. Bu iki aile şirketi, yıllardır süregelen ticari ilişkilerine yeni bir boyut eklediler ve bu kez anlamlı bir sosyal sorumluluk projesinde bir araya geldiler. Cargill, Gıda Bankacılığı ve Temel İhtiyaç Derneği’nin (GBtider) Maltepe Kaymakamlığı işbirliği ile Şubat ayında hayata geçirdiği “Destek Market” projesine destek veriyor. Bünyesindeki gıda, temizlik, giyim ve kırtasiye ürünleri ile ihtiyaç sahiplerine yardım ulaştırmayı hedefleyen Destek Market, bunun yanında işsizliği sürdürülebilir bir biçimde azaltmaya ilişkin yenilikçi bir yaklaşımın da uygulayıcısı olmayı hedefliyor. Bu sosyal sorumluluk projesine iş ortaklarını da dahil etmek isteyen Cargill’in çağrısına kayıtsız kalmayan Evyap, projeyi bebek bezi, katı ve sıvı sabundan oluşan bir paketle destekliyor.

Bu sayımızda Sohbet Konuğumuz olan Evyap Satın Alma Direktörü Mert Sevinç ile Evyap’ı, Cargill ile olan ilişkilerini ve iki şirketi bir sosyal sorumluluk projesinde iş birliğine götüren süreci konuştuk.

Türkiye’nin en köklü aile şirketlerinden biri.

Duru, Arko, Evy Baby ve Activex gibi çok ünlü markaları ile tüketici nezdinde çok iyi tanınsa da geçmişi Türkiye Cumhuriyeti’nin kuruluşunun ilk yıllarına kadar giden Evyap, kurum kimliğiyle çok fazla bilinmiyor. Şirketin, 1927 yılında Mehmet Rıfat tarafından Erzurum’da sabun üretimiyle başlayan öyküsü, şu anda üçüncü kuşakla devam ediyor. Günümüzde Evyap, sabundan duş jeline, şampuandan tıraş ürünlerine, cilt bakım kremlerinden kokulu kozmetiğe, bebek bezinden diş macununa kadar birçok kategoriyle 100'ü aşkın ülkede satış ve dağıtım faaliyetlerini sürdürüyor.

Şirketin, Türkiye'deki tesislerinin yanı sıra 2002 yılında Mısır'da faaliyete geçirdiği sabun üretim tesisi ile 2014 yılında Malezya’da kurduğu Oleo Kimya ve Sabun Üretim Tesisi bulunuyor. Türkiye'de; güzellik sabunu, cilt bakım ürünleri, tıraşa hazırlık ve tıraş sonrası kategorilerinde lider olduklarını ifade eden Mert Sevinç, Rusya, Ukrayna, Irak, İran ve Mısır’ın yurt dışındaki büyük pazarları olarak öne çıktığını kaydediyor.

Şirket aynı zamanda kontrat üretim yaparak pek çok diğer markaya da hizmet veriyor. Evyapport Limanı ise Türkiye’nin başarılı uluslararası özel limanları arasında yer alıyor.

“Cargill ve Evyap kültürleri ‘söz kontrattır’ cümlesinde birleşirler.”

Evyap’ın 88 yıl önce Erzurum’da başladığı üretim serüveninde tonaj büyüdükçe hammadde kaynaklarına erişim problem haline gelmeye başlıyor. 2. Dünya Savaşı sonrası şirket, uluslararası ticarete entegre olabilmek için İstanbul’a taşınıyor. Bu süreçte Cargill, Evyap’ın sabun üretimindeki ana ham maddesi olan don yağını (tallow) Amerika’dan yükleyen en büyük tedarikçilerinden biri haline geliyor. Malezya rafinerisinin devreye alınmasıyla don yağından palm yağına geçiliyor ancak Cargill ile Uzakdoğu’dan lorik ve sorbitol tedarikine devam ediliyor.

Mert Sevinç iki şirketin ilişkisini “sürdürülebilir ortaklık” sözleriyle özetliyor.

“Cargill ve Evyap kültürleri ‘söz kontrattır’ cümlesinde birleşirler. Biz Cargill’i dürüst satıcı olarak tanıdık ve yıllardır yağ alımlarımızda öne çıkan ortağımız oldu.” diyen Sevinç, uzun yıllar ticari ilişkileri bulunan iki şirketin bir sosyal sorumluluk projesinde buluşması hakkında şu değerlendirmeyi yapıyor:

“Bir süredir “kamu - STK - özel sektör” dayanışmasına iyi örnek olacak ve bizim de şirket olarak anlamlı bir katkı sağlayabileceğimiz bir sosyal sorumluluk projesi arayışı içindeydik. Cargill gibi güvenilir bir iş ortağımızdan “Destek Market” gibi anlamlı ve bize uygun bir proje gelince hemen ilgimizi çekti. Önce gidip marketi ve dernek yöneticilerini yerlerinde ziyaret ettik, ihtiyaçları ve süreci belirledik, yaklaşık 1 ay önce de ilk sevkiyatımızı yaptık. Ağırlıklı olarak bebek bezi, katı ve sıvı sabundan oluşan bir desteğimiz var ve önemli bir aksilik olmadığı sürece de desteğimiz devam edecek.”

Evyap’ın gerek kurumsal gerekse markaları aracılığı ile çok sayıda sosyal sorumluluk projelerine imza attığını biliyoruz. Biraz bundan bahsedelim isterseniz…

Evyap’ta belirgin bir kültür farkı var. Öncelikle biz, zaten ürünlerimiz nedeniyle müşterilerimize ve topluma karşı sorumluluk duyuyoruz ve toplumla iç içeyiz. Evyap Ailesi son derece hayırsever bir aile olmasına rağmen yaptıkları yardımların iletişimini yapmayı sevmiyor ve tercih etmiyor. Örnek olarak internette yerel bir gazetenin haberini verebilirim. Haberde yabancı (?) bir firmanın ilçedeki tüm okul çocuklarının ihtiyaçlarını karşıladığı ve uluslararası firmanın Türkiye Müdürü Sayın Evyap’ın konu üzerine açıklama yapmadığı yazıyordu! Basından okuduklarınız, basının kendi kaynaklarıyla ulaşabildikleridir.

Biz de çalışanlar olarak aramızda para toplayarak çeşitli yardımlarda bulunuyoruz. Konu yardım olduğunda çok hızlı organize olabiliriz. Markalarımız da kendi plan ve stratejileri doğrultusunda zaman zaman sosyal sorumluluk projeleri geliştiriyor ya da mevcut projelere destek veriyor.

Şirketlerin ve markaların sosyal sorumluluk projeleri üzerine eğilmelerini nasıl değerlendiriyorsunuz? Evyap’ın konuya bakışı nasıl?

Evyap’ın bugün devlet ve toplum için elinden geleni yaptığını düşünüyorum. Şirketin kuruluş prensibi sadece Türkiye’deki değil tüm dünyadaki her yaştan insana en yüksek teknoloji ve kalitede sürdürülebilir maliyette ürünler sunarak fayda sağlamaktır. Zaten vizyonumuzu “İnsanların mutluluğuna katkıda bulunmak için, üstün kalitedeki kişisel bakım ürünlerini uygun koşullarda sunmak” olarak belirledik… Günün birinde hissedarların getirilerini diğer paydaşları dikkate almadan maksimize etmeye çalışan bir yönetim anlayışı gelirse ancak o zaman para kazanma ve sosyal sorumluluk arasında bir çelişki olur.

Peki, hazır markalardan söz açmışken, biraz da sektörü konuşalım. Kişisel bakım ve temizlik pazarı nereye gidiyor?

Öncelikle şunu belirtmeliyim; Evyap, çeşitli kişisel bakım ve temizlik ürünlerinin üretim, satış ve pazarlamasını yapmasına rağmen katı sabunla öne çıkar, tanınır. Yıllardır, katı sabundan sıvı sabuna geçiş olmasıyla talebin düşeceği iddia edilse de halen dünyada pek çok yerel üretici tarafından yeni hatlar sipariş edildiğini duyuyoruz. Satışlarımız da büyüme trendinde. Önümüzdeki senelerde yeni pazarlara giriş yapacağız.

Kişisel görüşüm katı sabun için devam eden geleneksel bir talep var. Bu talep azalmıyor. Ama bir taraftan doğal ürün kullanmak isteyen ve kimyasal maddelere maruz kalmak istemeyen bilinçli tüketiciler tarafından tercih edilmeye, Premium olarak algılanmaya başlandı. Bu vizyonla markalaşan müşterilerimize kontrat üretim yapıyoruz, onlarda Premium fiyatlarla tüketicilere sabunlarımızı ulaştırıyorlar.

Bebek bezi de dünyanın en hızlı büyüyen kategorileri arasında. Tek fabrikadan dünya çapında üretim yapmamız, Türkiye’nin en büyük kurulu kapasitesine ulaşmamızı sağladı. İleriki zamanlarda bu başarımızı ülkemize yansıtıp iç pazarda da daha etkin olmayı arzu ediyoruz.

Globalleşme ve internet alışverişi ise kozmetik tüketiminde tüketicinin tercihlerini büyük ölçüde çeşitlendirdi. Rekabet her geçen gün daha zorlaşıyor. Evyap ürünleri ise kalitesiyle öne çıkar. Dolayısı ile özellikle kriz zamanlarında, tüketicilerin hikayelere para vermek yerine Evyap’tan erişilebilir kaliteyi satın almayı tercih ettiklerini görüyoruz.

Pek çok ülkede üretim, satış ve pazarlama faaliyetleriniz var. Buradan yola çıkarsak, bugün itibarıyla ihracat pazarlarınızdaki genel ekonomik durumu nasıl değerlendiriyorsunuz?

Evyap 100’den fazla ülkeye ihracat yapmaktadır. İhracat pazarlarında hem yerel üreticilerle hem uluslararası firmalarla rekabet edebiliyor. Bu çeşitlilik sayesinde Evyap ekonomik krizlere bağışıktır. Ancak bu sene yakın coğrafyamızda gerçekleşen ilan edilmemiş savaşlar ya da silahlı mücadeleler diyelim, tüketiciye fiziksel erişimimize engel oldu. Sorunları aşarak çeşitli lojistik çözümler getirdik ve getirmeye devam ediyoruz.

Bursa-Orhangazi Mısır İşleme Tesisi Vibrasyon Teknisyeni

Sadettin İlhan

“Yaptığım işi burada öğrendim.”

Cargill’de farklı bir pozisyonda çalışmak… Şartlar uygun olduğunda neden olmasın!

Hepimize tanıdık gelen modern zaman öykülerinden birinin kahramanı Sadettin İlhan. Onun okuma azmi, Cargill’in desteği ile birleşti. Okuyacağınız bu haber, tüm geç kalınmışlıklara, içimizde ukde kalanlara ve zamanında yapamadıklarımıza öykünüyor.

“Başlangıçta özellikle Cargill’i tercih etmemi gerektiren bir durum yoktu. Ben sadece, askerden yeni gelmiş her genç gibi, bir iş bulup, yuva kurmak ve bir an önce hayat mücadelesine başlamak istiyordum.”

Bu sözlerle başlıyor hikayesini anlatmaya Sadettin İlhan; “Ancak Cargill’de çalışmaya başladıktan sonra şirketin eğitime, dolayısıyla insana çok ciddi yatırım yaptığını gördüm. Bu farkındalık, her şeyden önce şirketime olan bağlılığımı arttırdı.” diye ekliyor hemen ardından.

35 yaşında İlhan. 11 yıldır Orhangazi Mısır İşleme Tesisleri’nde Vibrasyon Teknisyeni olarak çalışıyor.

“İşimi severek yapıyorum. Bu işin uzmanları, vibrasyonu makinaların check-up’ı olarak tanımlarlar. Fakat ben daha çok puzzle çözmeye benzetiyorum. Çünkü işimin doğası gereği, kareleri birleştirmem gerekiyor.” diyor.

“Yenilikçilik konusunda çok iddialı değilim.” dese de bu alanda toplam 10 ödül almış. 4 yıl önce Orhangazi tesislerinin “en çok fikir giren personeli” seçilmiş.

“Yaptığım işi burada öğrendim.”

Okumaya karşı bitmeyen bir ilgisi var İlhan’ın. İşe girdikten kısa bir süre sonra, şirkette İngilizce eğitimi verildiğini öğrendiğinde çok sevinmiş. Bu eğitime katılmak için yaptığı başvuru kabul edilen İlhan, hikayenin geri kalanını şöyle anlatıyor:

“Şu kadarını belirteyim, yaptığım işi burada öğrendim. Mesleki anlamda, yurtdışı dahil yaklaşık on kez eğitime katıldım. Bunun ötesinde İngilizcemi de Cargill’de geliştirdim. Şu an iyi derecede İngilizce konuşabiliyorum.

İngilizceyi belirli bir seviyeye getirdikten sonra, işimle çok alakalı olmasa da, içimde yıllardır ukde olan 4 yıllık lisans tamamlama sevdası başladı. Şu anda “Uzaktan Öğretim Bilgisayar Mühendisliği” okumaktayım.”

“Benim için çok geç kalınmış bir olay.”

“Aslına bakarsanız mühendislik, benim için çok geç kalınmış bir olay. Liseden sonra şartlar uygun olmadığı için, üniversiteye hazırlanmak için yeterli zamanım olmamıştı. Fakat 4 yıllık üniversite okumak içimde hep bir “ukde” olarak kalmıştı. Cargill’de çalışırken yakın bir arkadaşımın tavsiyesi üzerine Açık Öğretim Fakültesi İşletme bölümüne kaydoldum, “yüksek onur” belgesi ile okulu tamamladım.

Yine işletmeyi okurken tanıştığım bir arkadaş vesilesi ile “Uzaktan Öğretim” ile mühendislik okunabildiğini öğrendim. Devlet üniversiteleri de bu hizmeti veriyor, fakat eğitim şartları ağır. Çünkü aylık yüz yüze eğitim zorunluluğu var. Bizler çalışan kesim olduğumuz için okul için ayırabileceğimiz bu kadar zamanımız yok. Özel üniversitelerde ise durum farklı. Sadece dönem başına 3 gün zorunlu yüz yüze eğitim var.”

“‘Yapabilir miyim?’ diye çok düşündüm.”

“Aslına bakarsanız her şey güllük gülistanlık değil. Mühendislik olayına girmeden çok uzunca bir süre ‘yapabilir miyim’ diye düşündüm. Çünkü çalışıyorsunuz, bir işiniz var, zaman ayırmak zorunda olduğunuz bir aileniz var. Bunun üzerine bir de okul olayına zaman ayırabilir miyim diye açıkçası çok endişe ettim. Bütün bunların üzerine üniversite seçme şansınız yok. Çok gelgitler yaşadım.”

“Cargill desteğini hiç esirgemedi benden.”

“Cargill her şeyden önce genel anlamda eğitime, dolayısı ile insana yatırım yapan bir şirket. Şirketimin bu yönünü iyi bildiğim için, çalıştığım ilk yıllarda insan kaynaklarına ayda bir bordro, en az iki kez de eğitim talebi için gidiyordum. Eğitime bu kadar önem veren bir şirketin mühendislik eğitimim için destek vermemesi düşünülemezdi. Gerek okul ile ilgili izin konusunda, gerekse derslerin takibi konusunda Cargill hiçbir desteği esirgemedi benden ve bu destek halen devam etmekte. Bu süreçte, bölümümdeki Eray Bey’in en başından beri bu konudaki desteği için ayrıca teşekkür etmek istiyorum. Eğitim ile ilgili sadece mühendislik değil İngilizce ve mesleki eğitimlerde de benim için Cargill’in desteği azımsanamaz.”

Farklı bir pozisyon?

“Yeni bir şeyler öğrenmek çok güzel. Her şeyden önce hayata bakış açınız değişiyor. Bir şeyleri başarmak ise size özgüven sağlıyor. Öğrendiğim bu bilgileri nerede kullanırım diye çok fazla düşündüğümü söyleyemem. Okul bittikten sonra ne yapabilirim diye düşünüyorum; ilk aklıma gelen kişisel gelişime ağırlık vermek. Çünkü toplum içerisinde kendimi çok rahat ifade edebilen biri değilim. Öte taraftan Cargill’de farklı bir pozisyonda çalışmak… Evet, olabilir; ‘şartlar uygun olduğunda neden olmasın?’ diye düşünmüyor da değilim.”

Pınar Kadırgan
Cargill Gıda Orta Doğu, Türkiye ve Kuzey Afrika İK Direktörü

“Cargill’de gelişim planlarının yapılmasında ve uygulanmasında çalışanlarına insiyatif veren bir kültür bulunmakta. Her yıl performans görüşmelerinin bir parçası olarak yöneticiler ile gelişim planı görüşmesi de yapılıyor ve burada kişinin kendisini geliştirebilmesi ve işteki etkinliğini arttırabilmesi için ihtiyaç duyduğu gelişim aktiviteleri konuşulup, planlama yapılıyor. Gelişim aktiviteleri projeler, rotasyon, şirket içi eğitimler vb. olabileceği gibi kişinin ihtiyacına göre şirket dışı programlar, üniversite programları veya master programları da olabiliyor.

Sadettin İlhan, kendi gelişimi konusunda insiyatif alan ve desteklediğimiz arkadaşlarımıza güzel bir örnek. Üniversite eğitimi veya master programı ile ilgili talepler gündeme geldiğinde ilgili yöneticilerimizle birlikte konuyu detaylı olarak değerlendirip, ilgili prosedürlerimiz, kriterlerimiz çerçevesinde ilerliyoruz. Bu güne kadar üniversite ve master programları ile ilgili destek sağladığımız çeşitli arkadaşlarımız oldu. Yoğun İş hayatındaki sorumlulukların yanı sıra uzun süreli eğitim programlarına katılmak fedakarlık isteyen bir konu ve zorlu bir süreç. Bu konuda istekli olan, kendine hedefler koyan arkadaşlarımıza maddi, manevi destek olmak için yönetici arkadaşlarımızla elimizden geleni yapıyoruz.”

Birleşik Arap Emirlikleri Bölge Ofisi
Jumeirah Lakes Towers
Saba Tower1, 23rd 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 2-6th 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
35746 Atasehir, **Istanbul-Turkey**
Tel: +90 216 554 18 00
Faks: +90 216 474 98 17

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

Cezayir Ülke Ofisi
Cargill Algeria E.U.R.L.,
32 rue Hadj Ahmed Mohamed
Hydra 16405 **Algeria**
Tel: +213 (0) 21 606 389 / +213 (0) 21 606 454
Faks: +213 (0) 21 606 454

www.cargill.com.tr
cargill_turkey@cargill.com

Cargill®