

# Performans

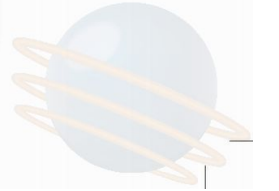
Kanatlı Veteriner Hekimliği Dergisi Sayı 251 07-08 / 2021

www.performansdergileri.com



Banvit BRF Üretim ve Canlı Faaliyetler - Uluslararası Pazarlar Direktörü Christine Maziero Castro

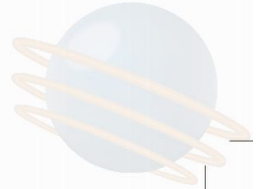
Banvit, "Türkiye'nin En Değerli 100 Markası" listesinde 40 milyon dolarlık marka değeriyle 64. sırada



26 / 27



Banvit BRF Üretim ve Canlı Faaliyetler -  
Uluslararası Pazarlar Direktörü  
**Christine Maziero Castro**



Banvit BRF Üretim ve Canlı Faaliyetler - Uluslararası Pazarlar Direktörü **Christine Maziero Castro**:

## **Banvit,** **“Türkiye’nin En Değerli 100 Markası”** **listesinde 40 milyon dolarlık marka** **değeriyle 64. sırada**

Banvit BRF Üretim ve Canlı Faaliyetler - Uluslararası Pazarlar Direktörü Christine Maziero Castro ile gerçekleştirdiğimiz röportajda Banvit BRF hakkında bilgiler aldık.

Christine Maziero Castro, BRF’nin 2020 de global olarak 4 milyon ton gıda üretimi gerçekleştirdiğini, 4 ana marka altında (Sadía, Perdigao, Quality, Banvit) bu ürünlerin 117 ülkeye ulaştırıldığını ve 2020 yılında 7.5 Milyar USD net gelire ulaştıklarını belirtti.

Kendinizi tanıtır mısınız, Christine Maziero Castro’nun nasıl bir hikâyesi vardır?

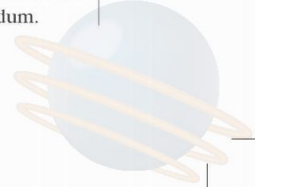
Brezilya’daki UDESC (Universidade do Estado de Santa Catarina) Üniversitesi’nin Veterinerlik Bölümünden mezun oldum.

BRF’de tamamladığım staj progra-

mı ardından, 2003 yılında şirkette tam zamanlı olarak çalışmaya başlayarak profesyonel iş yaşamına atılmış oldum. Hayvan Sağlığı Uzmanı olarak başladığım BRF’de alanımla ilgili farklı sorumluluklar üstlendim. Bu arada UNICAMP (Universidade de Campinas) Üniversitesi’nde işletme yüksek lisansı ve UDESC üniversitesinde

hayvan bilimi yüksek lisansı programlarını tamamladım.

Hayvan Sağlığı Koordinatörü olarak başlayan BRF kariyerim, ardından Kurumsal Kanatlı Hayvan Uzmanı olarak devam etti ve 8 yıl boyunca bu şekilde çalışarak kanatlı üretiminin tüm teknik alanlarında deneyim sahibi oldum.



28

**BRF'in Türkiye gibi Brezilya, Birleşik Arap Emirlikleri gibi çeşitli ülkelerde 47 üretim tesisi mevcut ve yaklaşık 100.000 kadar çalışanı bulunuyor.**

2014 yılında Kurumsal Yönetici olarak ekiplere liderlik etmeye başladım ve BRF bünyesindeki tüm hayvansal üretim zincirlerinde görev aldım. Üstlendiğim tüm bu farklı sorumluluk ve görevler, yönetim ve planlama becerileri konusunda kendimi daha da geliştirmeme olanak sağladı ve bu sayede şirketin yönetim kurulu ve çeşitli üniversiteler gibi kurumlar dahil çok farklı ekiplerle çalışma fırsatları yakaladım.

2018 yılında Brezilya'da doğrudan 1.500 kişiden sorumlu olduğum Canlı Faaliyetler Bölge Direktörü görevinden sonra 2019 yılında Canlı Faaliyetler ve Üretim Direk-

törü olarak uluslararası pazarlar ekibe katıldım. Bu görevimde Türkiye, Abu Dabi ve Suudi Arabistan üretim platformlarından sorumlu olarak Uluslararası Pazarlarda BRF üretiminin gelişimine odaklanmış durumdayım.

**BRF, üretim ve ihracat açısından global bir oyuncu. Bize BRF hakkında detaylı bilgi verir misiniz?**

BRF, gıda şirketleri arasında küresel güçlerden biri konumunda bulunuyor. Dünyanın çeşitli ülkelerindeki tüketicilere ulaşan BRF'in Türkiye gibi Brezilya, Birleşik Arap Emirlikleri gibi çeşitli ülkelerde 47 üretim tesisi mevcut

ve yaklaşık 100.000 kadar çalışanı bulunuyor.

2020 de global olarak 4 milyon ton gıda üretimi gerçekleştirdi. BRF şu an 117 ülkeye ürünlerini ulaştırıyor. Banvit'in de aralarında bulunduğu 4 ana markaya sahip. (Sadia, Perdigao, Qualy, Banvit) 300 binden fazla müşterisi var. 2020 yılında 7,5 Milyar USD net gelire ulaştı. Hem New York hem de Brezilya borsasına kote, 86 yıllık bir firma. Yüksek kalite ve izlenebilirlik standartlarına ulaşabilmek amacıyla uzun ve karmaşık bir zincir dahilinde yaklaşık 10 bine yakın sözleşmeli üretici ile çalışıyor.

**Banvit**  
İLERİ İŞLEM FA

30

***“Türkiye gerçekten  
coğrafi ve kültürel açıdan  
oldukça zengin bir ülke.  
Burada olmaktan mutluyum”.***

Özellikle tavuk ürünlerinin Türkiye, Orta Doğu Körfez Ülkeleri ve Kuzey Afrika coğrafyasında daha fazla tüketiliyor olması ve şirketin bölgesel üretim platformları geliştirmeye yönelik global büyüme stratejisi paralelinde gerçekleşen satış süreci ile Banvit de 2017 yılının mayıs ayından itibaren faaliyetlerini BRF çatısı altında sürdürüyor.

**Türkiye'ye gelmeden önce ülke anlamında Türkiye hakkında neler biliyordunuz, geldikten sonra neler düşündünüz?**

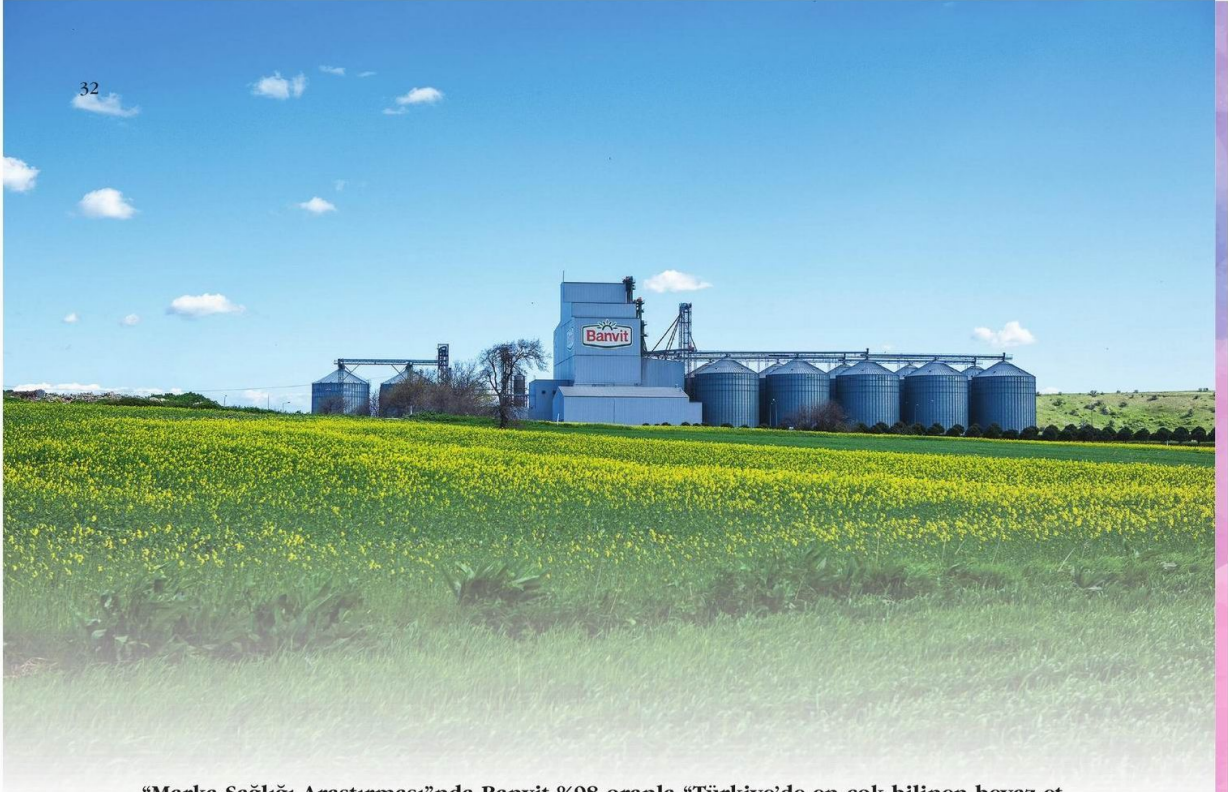
Türkiye'ye gelmeden önce oldukça ayrıntılı bir şekilde inceleme fırsatım oldu. Yerleşmeden önce de çeşitli iş seyahatleri kapsamında Türkiye'yi birkaç kez ziyaret etmiştim. Türkiye gerçekten coğrafi ve kültürel açıdan oldukça zengin bir ülke. Burada olmaktan mutluyum. Brezilya'ya benzetiyorum, orada olduğu gibi Türkiye'de de insanlar cana yakın ve misafirperver. Vakit buldukça bu güzel coğrafyayı ailemle birlikte ziyaret etmeye, insanlarını ve kültürel yönlerini daha yakından tanımaya çalışıyorum.

**Banvit BRF, Türkiye'nin en önemli entegrasyonlarından biri. Aynı zamanda Türkiye'nin En Büyük Şirketleri içerisinde 65. sırada olan ve tüm hayvancılık sektörü içerisinde en üst sırada olan değerli bir şirket. Siz, Banvit'i nasıl anlatabilirsiniz?**

Sizlerin de bildiği gibi Banvit'in beyaz et sektöründeki öyküsü 1968



32



**“Marka Sağlığı Araştırması”nda Banvit %98 oranla “Türkiye’de en çok bilinen beyaz et markası” olarak öne çıktı.\* 2020 IPSOS “Hane Tüketim Paneli Araştırması”nda Banvit markası, kırmızı et kategorisi dahil olmak üzere tüm et ve et ürünleri kategorisinde “%64,6 penetrasyon ile en fazla haneye giren” marka oldu.**

yılında başladı. Geride bıraktığı 53 yılın ardından bugün Banvit, BRF’in global gücünü de arkasına alarak binlerce çalışanı, öncü üretim anlayışı ve kalite odaklı yaklaşımıyla yoluna sağlam adımlarla devam ediyor. Şu an Türkiye operasyonumuzda Bandırma, İzmir ve Elazığ’da faaliyet gösteren üç ana üretim kampüsümüz var. Satış ağımız ise yurt geneline dağılmış 18 şube ve 51 bayiden oluşuyor. Bu dağıtım ağıımızda görev yapan yaklaşık 800 kadar frigorifik aracımız var. Türkiye çapında günde 100 bin kilometre yol kat ediyoruz ve tüm müşterilerimize en hızlı şekilde sevkiyat yapıyoruz. Yaklaşık 45 binin üzerinde aktif müşterimiz

mevcut. Bu müşterilerimiz aracılığıyla ürünlerimizi tüketicilerimize ulaştırıyoruz. Konusunda uzman, alanında deneyimli bir kadroya sahibiz. Dünya gıda sektöründeki trendleri yakından takip ediyoruz. Yaptığımız araştırmalarla pazardaki talep ve değişimlere hızla yanıt verebiliyoruz. Odağımızda daima müşterilerimizin ihtiyaçlarına en uygun ürünleri sunmak var.

Diğer yandan yaptığımız pazar araştırmalarında elde ettiğimiz sonuçlarda tüketiciler tarafından beğenilen ve tercih edilen bir marka olduğumuzu görmekten mutluluk duyuyoruz. IPSOS’la yaptığımız “Marka Sağlığı Araştırması”nda Banvit %98 oranla “Türkiye’de en

çok bilinen beyaz et markası” olarak öne çıktı.\* 2020 IPSOS “Hane Tüketim Paneli Araştırması”nda Banvit markası, kırmızı et kategorisi dahil olmak üzere tüm et ve et ürünleri kategorisinde “%64,6 penetrasyon ile en fazla haneye giren” marka oldu.\*\* “2020 Nielsen Perakende Paneli” verilerine göre; taze piliç, işlenmiş piliç ve pişmeye hazır piliç eti segmentlerinde pazar paylarımızı artırarak, bu pazardaki konumumuzu güçlendirdik.\*\*\* 2021’de açıklanan “Türkiye’nin En Değerli 100 Markası” listesinde 40 milyon dolarlık marka değeriyle 64. sıradayız.\*\*\*\* Türkiye’nin en değerli 5 gıda markasından biri olmaktan dolayı mutluluk ve gurur duyuyoruz.



**BRF'nin satın almasından sonra Banvit'te ne gibi değişiklikler yaşandı. (Yapısal, üretimsel anlamda) Banvit, BRF'ye ne gibi değerler kazandırdı?**

Banvit, BIST'te işlem gören güçlü bir şirket ve çok değerli bir marka. Hedeflerimiz doğrultusunda, bağlı bulunduğumuz ana şirketimiz BRF'in global know-how'ından faydalanıyoruz. BRF'in yaklaşık 90 yıllık tecrübesini, alanında uzman ekibimizle bir araya getirerek tüketici ve müşterilerimizin günlük yaşamlarına lezzet katmaya devam edeceğiz. Ayrıca BRF'nin sürdürülebilirlik konusundaki yoğun çalışmalarını, farklı optimizasyonlar, güvenlik ve kaliteye yüksek ve yoğun ölçüde odaklanma ile beraber Türkiye'de de uygulamaya başladık.

Global bir yapı ile çalıştığınızda güçlü bir tecrübeye ve bilgi birikimine sahip oluyorsunuz. Dünya gıda üretimi, değerlendirmeler ile kıyaslamalar, pazardaki eğilimler ve trendlerin nereye doğru gittiğini, farklı tüketici kesimlerinin değişen ihtiyaç ve beklentilerini çok önceden analiz edip, yeni ürünlerimizi bu doğrultuda hazırlayabiliyoruz.

Banvit, BRF çatısı altına girmeden önce de sektörünün önde gelen şirketlerinden biriydi. BRF çatısı altına girdikten sonra Banvit de gücüne güç kattı diyebiliriz. 2016 yılı toplam üretim 305 bin ton iken 2020 yılında, 2016'ya göre %22 artış kaydederek toplam üretimi 373 bin tona ulaştırdık. Aradaki tonaj bazındaki artış rakamı ise 68 bin

ton oldu. Ayrıca son iki yılda inovatif ürün çalışmalarına ağırlık verdik ve pazara yeni ürünler sunduk. Geçtiğimiz ay açıkladığımız üzere, Banvit BRF olarak 46 milyon dolarlık bir yatırımla üretim kapasitemizi daha da artıracacağız. Hem üretim hem de istihdam artışı anlamında sektöre ve Türkiye'ye katkı sağlamaktan ötürü mutluyuz.

**BRF'nin vizyonu ve etik değerleri nelerdir?**

BRF her şeyden öne insan odaklı ve şeffaf bir şirkettir. İnsan odaklı oluşumuz, çalışanlarımızın iş sağlığı ve güvenliğini de her şeyin üstünde tutuyor olmamızı beraberinde getiriyor. Global yapısı gereği BRF'in kökleri tüm dünyaya yayılmış durumdadır. Bu nedenle

**“Her ülkenin kültür normları, etik anlayışı bize yeni kapılar açıyor”**



marka olarak tüm paydaşlarımızın birbirine ilettiği ve aldığı enerjiye kritik önem atfediyoruz. Her ülkenin kültür normları, etik anlayışı bize yeni kapılar açıyor ve her geçen gün vizyonumuzu daha da güçlendiriyoruz.

Tüm çalışanlarımızı kendi hayatlarının kahramanları olarak görüyoruz. Hareket etme, düşünme, üretme, yaratma biçimleri aynı zamanda şirketimiz için de kahraman olmalarını sağlıyor. Çalışanlarımızın her birinin gelişim potansiyeline inanan ve teşvik eden, tüm çalışanlarımızın düşüncelerini ifade etmelerine özen gösteren ve çeşitliliğe saygı duyan bir şirketiz.

Elbette insan odaklı bir şirket olmanın verdiği sorumlulukla; güvenlik, kalite ve çevrenin korunmasına odaklanarak, tüm sektörlerde ve faaliyet alanlarında kalite ve en iyi uygulamaları hayata geçirmek için çalışıyoruz.

**Türkiye, gerek beyaz et ve gerekse yumurta üretimi ve ihracatı açısından global anlamda önemli bir ülke. Türkiye tavukçuluk sektörünü siz nasıl değerlendiriyorsunuz? Sizce neler yapılmalıdır?**

Beyaz et toplumun yeterli ve dengeli beslenmesi açısından oldukça stratejik bir öneme sahip. Türkiye hem üretim ve tüketim hem de ihracat anlamında önemli bir potansiyele sahip. Türk gıda sektörü içinde kanatlı sektörünün hatırı sayılır bir yeri olsa dahi kişi başı tüketimin istenilen seviyelerde olmadığını görüyoruz. Bildiğiniz gibi yıllık tüketim yaklaşık kişi başı 21 kg seviyelerinde seyrediyor. Avrupa ülkeleri ve Arap Yarımadasına baktığımızda tüketim anlamında gerilerde olduğumuzu görüyoruz. Bu nedenle tüketimin artması bakımından daha gidilecek çok yol olduğuna, potansiyel yatırımların ve inovasyonun sektöre ivme kazandıracağına inanıyorum.

Bunun yanı sıra sektöre genel olarak baktığımızda; Türkiye piliç eti üretiminde dünyada 10. sırada yer alıyor. Türkiye kanatlı eti sektörü iç ve dış pazardaki çalışmalarını her geçen yıl geliştirerek sürdürdüğünü görmekten mutluluk duyuyorum. Yoğun emek gerektiren ve canlı hayvan ile uğraştığımız bir sektördeyiz. Elbette her sektörde olduğu gibi özellikle hammadde temini konusunda zaman zaman sıkıntılar yaşanabiliyor. Ancak bunların çözümünde gerek Besd-Bir'in gerekse Tarım ve Orman Bakanlığımızın çalışmalarını takdirle takip ediyoruz.

Banvit BRF olarak kanatlı eti üretimi, ticareti konusunda sektörün önemli aktörlerinden biri olmanın verdiği güçle ülkemize ve sektörümüze yatırımlarımızla değer kazandırmaya devam etmekten mutluluk duyuyoruz.