

Yiyecek Hayalleri

Düşük gelir grubundaki bir kadın için, yemek yapmadaki hünerini ticarileştirmek fakirlikten sıyrılmanın belki de ilk akla gelen yolu. Düşünce heyecan verici olsa da hayata geçirmek zor – özellikle de gıda güvenliğinin sayısız kural ve süreç ile denetlendiği gelişmiş pazarlarda. Pasifik kıyısının ilk “kuluçka mutfağı” La Cocina, 2005 yılında bu tespit ile kuruldu. **La Cocina** kuruluşundan bu yana yüzlerce kadının yemek yaparak para kazanmasını, daha doğrusu “yeni bir hayat” kazanmasını sağladı.

La Cocina hem fiziksel anlamda bir mutfak, hem de kadınları yemek “işinde” sahip olmaları gereken bilgi ve yetkinlikler ile donatan eğitim programının bütünü. Birleşik Devletler’de yemek yapmayı ticari faaliyete dönüştürmek isteyen herkesin önünde aşılması zor engeller var. Bu engellerden en önemlisi Food & Drug Administration (FDA) onaylı bir mutfakta çalışma zorunluluğu. Böyle bir mutfağa sahip olmak da, ürünü ticarileştirene kadar harcanması gereken saatler boyunca kiralamak da son derece maliyetli. La Cocina düşük gelir grubu için dahi ulaşılabilir kira bedelleri karşılığında onaylı ve modern bir mutfak sunarak potansiyel girişimcilerinin önündeki ilk büyük engeli kaldırıyor. Destek burada bitmiyor. Ürün son haline yaklaştığında, La Cocina potansiyel girişimciyi işinin ehli bir tasarım ajansı, internet şirketi ve hukuki ekip ile tanıştırıyor. Tasarım ajansı ürünü markalaştırma konusunda çalışıyor. İsmi, ambalajını yaratıyor. İnternet şirketi websitesini yaratıyor ve duyurum konusunda destek veriyor. Hukuki ekip ise bireyin tek başına altında kalkamayacağı izin sürecini tamamlıyor. Süreç yürürken potansiyel girişimci La Cocina’nın 25 USD civarında fiyatlandırıldığı kurslara katılarak perakende dünyasında nasıl hayatta kalacağını anlıyor. Satış ve pazarlık becerilerini geliştiriyor.

Sürdürülebilir gelişim ve sosyal sorumluluk alanlarında lider Whole Foods zinciri La Cocina oluşumuna sıcak baktığı için buradan çıkan markalara bir şans tanımaya da olumlu yaklaşıyor. Marka bir kez Whole Foods tarafından satılmaya başladığında tüm gıda perakendesi kapılarını açıyor. Sonuçta; geçtiğimiz yedi yıl içinde La Cocina’da yaratılan markaları bugün seçkin perakende noktalarında görmek mümkün.

La Cocina adını hala gizli tutan “melek yatırımcı” sayesinde kuruldu. Ekonomik gelişim ve kadını güçlendirme odaklı birkaç dernekler/birlik bağış etrafında birleşti ve La Cocina’yı yarattı. Fakat bugün La Cocina 33 şirketin destek verdiği çok daha büyük bir yapı haline gelmiş durumda. Bu şirketlerin içinde ajanslar, hukuki bürolar, danışmanlar, eğitmenler, ünlü şefler var. Buldukları alanda gayet iyi tanınan profesyoneller verdikleri destek karşılığında her zamankinin çok altında bedeller biçiyor veya hiç beden talep etmiyor. La Cocina büyüyor.

Türkiye’de yiyecek satma faaliyetinin sıkı sıkıya denetlenmediği kesin. Dolma-börek yapan kadının pişirdiklerini tanıdıklarına satarak veya becerisini gündelik bazda kiralarak para kazanması mümkün. Ürünü gıda perakendesinde yeri olan bir markaya çevirmesi ise imkansız. La Cocina modeli bu aşamada düşük gelirli kadınların hayatını değiştirebilir. Söz konusu model birbirini tekrar eden yiyecek kurslarına, daha da önemlisi gıda alanında faaliyet gösteren ve sosyal sorumluluk alanında gerçek adımlar atmak isteyen şirketlere ilham verebilir.

