

**GÜROK GRUP YÖNETİM KURULU BAŞKAN VEKİLİ ESİN GÜRAL ARGAT:****Markaların dayanıklılığı, temsil ettikleri sürdürülebilir değerlere bağlı**

Sofra camından turizme, cam ambalajdan hızlı tüketim sektörüne dünya çapında markaları ve 140 ülkeye ihracatıyla hızla büyüyen Gürok Grup, sürdürülebilir stratejileri ve dijital iş dönüşümündeki hamleleriyle küresel konumunu ileriye taşımaya devam ediyor.

Sapanca’da düzenlenen Uluslararası Ekonomi Zirvesi kapsamında “Liderlerin Gelecek Senaryoları: Yeni Dünya, Yeni Şirket, Yenilikçi Yatırımlar ve Stratejiler” başlıklı panelde konuşan **Gürok Grup Yönetim Kurulu Başkan Vekili Esin Güral Argat**, küresel pazarlarda markalaşmanın önemi ve Gürok Grup’un köklü dönüşüm yolculuğuna ilişkin değerlendirmelerde bulundu.

**Marka stratejileri dönüşüyor**

Küresel rekabette artık üretim gücünün tek başına yeterli olmadığını, ayakta kalmanın ve sürdürülebilir büyümenin marka gücüyle mümkün olduğunu vurgulayan Esin Güral **Argat**, “Küresel pazarlarda marka olmak, yalnızca bir isimle var olmak değil; bir anlam inşa etmek, bir değer sunmak ve bu değeri tutarlılıkla sürdürmek demek. Krizlere karşı dayanıklılık, müşteri sadakati ve yatırımcı güveni artık büyük ölçüde markaların temsil ettiği değerlerle şekilleniyor. Bugün sizi rekabette ileri taşıyan şey, fiyat ve kalitenin bir adım ötesinde markanızın taşıdığı anlam ve değerlerle sıkı sıkıya ilişkili. Bu durum aynı zamanda uzun soluklu bir sorumluluğu ifade ediyor. Güven yaratmak, bu güveni korumak ve sürekli kendini yeniden tanımlayabilmek kritik önem taşıyor. LAV, LAV HORECA, GCA, JOALI, Ali Bey Hotels & Resorts, BIJAL ve AVOYA gibi markalarımızı yalnızca Türkiye değil küresel rekabetin parçası haline dönüştüren şey de sürdürülebilirlik, inovasyon ve sosyal sorumluluk prensiplerimizle izlediğimiz bu stratejidir” diye konuştu.

**Sınırsız Düşün, Cesur Davran, İyi Yap**

Gürok Grup olarak “Sınırsız Düşün, Cesur Davran, İyi Yap” değerleriyle yol aldıklarını ifade eden Esin Güral **Argat**, sözlerini şöyle sürdürdü: “Gürok’u inovasyonun, sürdürülebilirliğin ve dönüşümün merkezine yerleştirmek için çalışıyoruz. Kaliteli ürün ve hizmetin yanı sıra değer ve çözüm üreterek dönüşüme liderlik etmeyi hedefliyoruz. Bu açıdan uzun vadeli ajandamızda en başta sürdürülebilirlik yatırımlarımız başat öneme sahip. Bilhassa cam üretiminde enerji verimliliği açısından dünyadaki en iyi örneklerden biriyiz. Aynı anlayışı, ürün geliştirme tarafında da sürdürüyoruz. Bugün LAV, dünyada kendi üretim teknolojisini geliştiren sayılı cam markalarından biri. Ürettiğimiz her üründe, sunduğumuz her hizmette, dokunduğumuz her insanda iyi izler bırakmak için çalışıyoruz. Sadece ürün ve hizmetlerimizle değil toplumsal gelişim adına sorumluluk üstlenmeyi, ülkemizin gençlerini, kadınlarını desteklemeyi görev biliyoruz. Bizi rekabetin ötesine taşıyan şeyin bu iyilik kültürüyle harmanlanmış iş anlayışımız olduğuna inanıyorum.”



## **“Gelecek için Dönüşüm” Stratejisi**

Gürok Grup’un sadece bugüne adapte olan değil, geleceğin iş modellerini şekillendiren bir vizyonla yol aldığını belirten **Esin Gral Argat**, dijitalleşme, sürdürülebilirlik ve insan kaynağına yapılan yatırımların, bu dönüşümün temel taşlarını oluşturduğunu ifade etti.

“Gelecek için Dönüşüm” başlığıyla yürüttükleri stratejik program kapsamında 2028 yılına kadar tüm grup şirketlerinde iş dönüşümünü tamamlamayı hedeflediklerini söyleyen **Argat** şunları ifade etti:

*“Teknoloji, enerji kaynakları ve ekonomik işleştire süregelen baş döndürücü dönüşüm artık her sektörde iş yapma biçimlerini kökten etkiliyor. Biz bu baskıları kriz yönetimi yaklaşımının ötesine geçerek, bir dönüşüm fırsatı olarak görüyoruz. Sadece teknoloji yatırımlarıyla değil, kültürümüzle, insan kaynağımızla, iş yapma şeklimizle, değer zincirimizin tamamını kapsayan bütünsel bir bakış açısıyla bu süreci yönetiyoruz. Veriyi doğru kullanan, hızlı ve etkili karar alabilen şirketler küresel rekabette öne çıkıyor. Bu kapsamda, teknolojinin getirmiş olduğu imkanları doğru bir şekilde kullanarak yenilikçi iş modelleri yaratmaya çalışıyoruz. Ancak bu dönüşümün merkezinde hâlâ insan var. Dolayısıyla dijitalleşmeye yalnızca operasyonel verimlilik değil, kültürel dönüşümün anahtarı olarak bakıyoruz. Veri odaklı karar alma süreçlerimizi grubumuzun tüm şirketlerinde güçlendiriyoruz. Çalışanlarımızı teknik becerilerle donatarak bu dönüşümü birlikte yürütüyoruz.”*

### **Gürok Grup Hakkında**

Gürok Grup olarak, 1948 yılında Kütahya’da başlayan yolculuğumuzda sanayi, turizm, yapı ve hızlı tüketim ürünleri sektörlerinde Türkiye’ye değer katan projelere imza attık. Yenilikçi yaklaşımımız ve fark yaratan iş modelimizle Türkiye’nin en büyük özel sektör gruplarından biri haline geldik. Bugün, sofrta camında dünyanın 5. büyük üreticisi olan LAV, cam ambalajda güven, yenilik ve kalitenin adı GCA, turizm sektöründe 30 yılı aşkın faaliyet gösteren Ali Bey Hotels & Resorts, Maldivler’de iki ayrı adada ultra lüks segmentte faaliyet gösteren JOALI Maldives ve JOALI BEING, Akdeniz’in ilk villa oteli BIJAL, patentli kaplama teknolojisi ile Gürok Kiremit, Türkiye’nin mineral ve magnezyum değeri en yüksek maden suyu AVOYA ve bu projelerimizi hayata geçirdiğimiz Lapis Yapı şirketlerimizle 3 kıtada 5 bin kişiye istihdam sağlıyor, ürünlerimizi 140 ülkeye ihraç ediyoruz. Bulduğumuz her sektöre yenilikçi ilkler getiren ürün ve hizmetlerimizle ülkemizi uluslararası alanda temsil ediyoruz.

### **Sorularınız için iletişim:**

**Artı İletişim Yönetimi**

[gurok@artipr.com.tr](mailto:gurok@artipr.com.tr)

**0212 347 03 30**