

CON
EXPERIENCIA

BUNGE



Graduado en Administración de Empresas por la Washington University en St. Louis, Candia se incorporó a la multinacional Bunge en el año 2000. Desde entonces, ha desarrollado su carrera profesional en la compañía donde ha adquirido gran experiencia en el sector ocupando diferentes cargos de responsabilidad como Vice President Grains y General Manager Latin America. En Bunge ha trabajado en Estados Unidos, Suiza, Brasil y actualmente está ubicado en Barcelona desde donde dirige la zona sur y oeste de Bunge en Europa. Desde abril de 2018 es Vice President Southern and Western Europe en Bunge.

“Nuestra visión es construir cadenas de valor alimentarias con transparencia, trazabilidad y sostenibilidad”

Fernando Candia, Vicepresidente Southern & Western Europe de Bunge

■ **SOLUCION:** Bunge es una compañía agroalimentaria con presencia en los cinco continentes. ¿Cuál es su propósito en cualquier parte del mundo?

Fernando Candia: Bunge es una compañía líder en el abastecimiento y suministro de granos y semillas oleaginosas en toda la cadena de valor, desde el origen de los cultivos hasta el procesamiento, elaboración y comercialización de alimentos con muchas aplicaciones para nuestros clientes.

Nuestro propósito siempre ha sido contribuir a la alimentación mundial conectando las cosechas con los hogares, las personas con los mercados,

países y culturas, desarrollando siempre nuevas y mejores soluciones para la cadena alimentaria.

A lo largo de más de 200 años de historia, hemos construido una importante infraestructura global que nos permite honrar ese propósito, desarrollar productos sostenibles y múltiples oportunidades para nuestros clientes. Actualmente, trabajamos en Bunge cerca de 31.000 empleados y operamos 32 terminales portuarias, 51 plantas de procesamiento de semillas oleaginosas, más de 160 silos de granos y 119 instalaciones de producción y embotellamiento.

■ **S:** Fundada en 1818, ¿qué valores perviven en su entidad, desde sus orígenes?

F. C: En Bunge consideramos que parte de nuestro ADN es justamente la diversidad y la multiculturalidad, y apostamos decididamente por incorporarlas a nuestros equipos humanos. Por ello, hoy día podemos presumir de sentirnos en casa en 40 países, y otorgamos mucho valor a cultivar esos lazos –entre colegas y con clientes y socios– que constituyen una ventaja competitiva en un mundo cada vez más condicionado por la capacidad de pasar de lo local a lo global, de conectarse y de colaborar. Siempre hemos fomentado el espíritu emprendedor, la actitud activa, nunca

pasiva de nuestros empleados. Su creatividad, flexibilidad y competitividad han permitido a Bunge transformarse ante las nuevas oportunidades, crecer y prosperar a lo largo de su historia.

La honestidad y la equidad guían nuestras acciones y somos firmes defensores de la ciudadanía y la sostenibilidad. Nuestra visión es construir cadenas de valor alimentarias con transparencia, trazabilidad y sostenibilidad, que creen un impacto positivo sobre el entorno. Nuestros últimos informes confirman nuestras elevadas cifras de trazabilidad en la industria.

“La prevención de deudas nos proporciona una herramienta estratégica para gestionar las ventas a nuestros clientes de manera equilibrada, minimizando así el riesgo”

■ **S: Su modelo de funcionamiento se basa, por un lado, en la integración, con productos y servicios en toda la cadena de producción alimenticia. ¿Qué han conseguido con este modelo?**

F. C: Efectivamente, estamos presentes a lo largo de toda la cadena de valor alimenticia, con operaciones integradas que conectan productos locales con los mercados internacionales y a los agricultores con los consumidores.

Trabajamos con una gran variedad de clientes: agricultores; fabricantes de alimentos para animales; empresas de transporte; empresas que brindan servicios alimenticios, procesadores de alimentos y otros fabricantes de alimentos; panaderías, empresas y tiendas minoristas; etc.

Ello nos ha permitido fortalecer nuestras relaciones locales y conocer de primera mano los mercados agrarios, el sector alimenticio (ingredientes y alimentos) y las tendencias de consumo existentes en los países donde operamos.

■ **S: La seguridad es su prioridad número uno, ¿cómo se plasma en su actividad?**

F. C: Efectivamente, la seguridad es nuestra máxima prioridad para garantizar el bienestar y la seguridad de nuestros trabajadores y de sus familias, un entorno de trabajo y alimentos seguros.

Nuestra meta es una cultura de incidentes cero. Para ello, realizamos diversas iniciativas y nos enfocamos en el reconocimiento y control de cinco exposiciones de alto riesgo como son los trabajos en altura, la energía peligrosa, equipos móviles, espacios confinados y cargas articuladas.

■ **S: En cuanto a productos, actualmente, ¿cuál es su oferta en el mercado?**

F. C: Además de originar granos, elaboramos una gran variedad de productos. A partir de la soya, la canola y otras semillas oleaginosas, elaboramos pasta proteica para la industria alimenticia animal, y producimos manteca, margarina y aceite de cocina para los fabricantes de alimentos. También molemos maíz, trigo y arroz y hacemos sémola y harinas para abastecer a las empresas de cereales, botanas, alimentos para mascotas y panaderías, así como para suministrar ingredientes para aplicaciones industriales.

En España, a partir de la molturación de habas de soja, obtenemos como productos principales Harina, Enersoy, Aceite crudo y aceite refinado. Además, también refinamos aceite de girasol.

■ **S: En la península ibérica disponen de sedes en los principales puntos estratégicos comerciales de España y Portugal. ¿Qué suponen estos mercados para Bunge?**

F. C: España es uno de los principales mercados de Bunge en la región occidental de Europa. En la península ibérica contamos con oficinas en Barcelona, Cartagena, Bilbao, La Coruña y Lisboa y operamos dos negocios principales. Por un lado, en nuestras 3 plantas de producción en Barcelona,

Bilbao y Cartagena, molturamos semillas oleaginosas para la fabricación de harina para la industria ganadera y aceite para el procesamiento de alimentos y la industria de biocombustibles. Por otro lado, importamos granos y semillas oleaginosas de las principales regiones de cultivo mundiales y lo transportamos a clientes de todo el mundo.

■ **S: ¿Qué mercados les resultan especialmente atractivos, en estos momentos?**

Concretamente, el negocio de Alimentación e Ingredientes está evolucionando. Nos estamos centrando en capitalizar las crecientes tendencias mundiales de alimentación y consumo, incluido la creciente demanda de alimentos menos procesados y más sanos y en nuevos sabores. Además, al tratarse de alimentos o ingredientes básicos, es un mercado que se beneficia del crecimiento de la población y del incremento de ingresos en general.

■ **S: ¿Cómo valoran el soporte que les da SOLUNION para llevar a cabo operaciones seguras?**

F. C: La valoración es muy positiva porque nos permite tener acceso a información muy valiosa para considerar el riesgo de una manera global y beneficiarnos de la experiencia de otros proveedores con los mismos clientes.

■ **S: ¿Qué faceta del seguro de crédito (prevención, recobro de deudas e indemnización de impagos) les proporciona, en su opinión, mayor apoyo?**

F. C: En mi opinión, la prevención de deudas nos proporciona una herramienta estratégica para gestionar las ventas a nuestros clientes de manera equilibrada, minimizando así el riesgo al que nos exponemos.

