

# LOOK!

Revista para los empleados de Bell Food Group

02 2018

**Todos los signos  
de crecimiento**

BELL  
FOOD  
GROUP



# Los segmentos comerciales de Conveniencia y Food Service ofrecen oportunidades de crecimiento

## Estimados colaboradores

Con la adquisición de Hügli y Sylvain & CO en la primera mitad de 2018, hemos continuado con nuestra estrategia de crecimiento en el área de conveniencia. Las dos adquisiciones complementan de manera óptima nuestra gama de productos de conveniencia existentes y, al mismo tiempo, consolidan nuestra intención de ganar participación y un fuerte crecimiento en el mercado de conveniencia de alto margen de ganancias. Les doy una calurosa bienvenida, estimados empleados de Hügli y Sylvain & CO, a Bell Food Group y tengo interesantes expectativas de una colaboración exitosa.

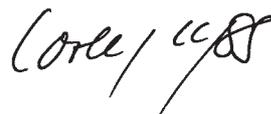
Al ser un canal de ventas para nuestras gamas de conveniencia, el mercado de servicio de alimentos se está volviendo cada vez más importante. Los negocios con ofertas personalizadas para el consumo fuera del hogar, así como para la gastronomía, el catering y los consumidores a gran escala, están en auge. Esto le da al Bell Food Group un gran potencial de crecimiento, que queremos usar de manera consistente en el futuro. La expansión de este negocio es, por lo tanto, nuestro objetivo cla-

ramente definido. En las páginas 18 al 21 del presente número, se puede encontrar una descripción general de las actividades y la planificación adicional de Bell Food Group en el sector de servicios de alimentos.

Con el aumento de capital implementado con éxito a principios de junio de 2018, hemos sentado las bases financieras para un crecimiento saludable y aseguramos que Bell Food Group continuará disfrutando de una base financiera sólida y saludable en el futuro. Más del 99 por ciento de los derechos preferentes se ejercieron como parte del aumento de capital y se suscribieron nuevas acciones.

Estoy particularmente satisfecho de que numerosos empleados del Bell Food Group hayan participado en el aumento de capital. Este es un fuerte signo de la identificación con nuestra empresa y expresa la confianza en la dirección estratégica tomada. Por lo tanto, estoy convencido de que podemos afrontar de manera exitosa el segundo semestre del 2018 unidos, enlazados como equipo y trabajando juntos, con la mejor voluntad, día a día.

Lorenz Wyss  
Presidente de la Dirección del Grupo





## Contenido

### De la empresa

- 4 Datos personales y cómo protegerlos**  
La privacidad en Bell Food Group
- 6 «¡Sin especias, solo tienes la mitad del placer!»**  
Conversación con el CEO (Director General) Lorenz Wyss
- 9 ¿Quién tiene lo que se necesita para convertirse en un maestro de la predicción?**  
El juego de predicción de la Copa del Mundo «Play & Win – World Cup Russia 2018»

### Vista panorámica

- 10 Estacionamiento moderno para los empleados de Bell**  
Apertura del nuevo estacionamiento en Basilea  
**¡Es así de sencillo!**  
Nuevas recetas para los productos de Bell France
- 11 Tour de compras con Eisberg**  
Conversando con:  
María José Canovas Pérez

### Trabajando en el Bell Food Group

- 12 Enfoque en la salud de los empleados**  
Gestión de salud ocupacional en Bell Suiza

### De visita en...

- 14 Frescura perfectamente organizada**  
Centro de preparación de pedidos de Hilcona en Schaan

### Sostenibilidad e innovación

- 16 Una gran ventaja**  
Los nuevos programas suizos de servicios de salud porcina

### Artículo de portada

- 18 Todos los signos de crecimiento**  
Servicio de Alimentos en el Bell Food Group

### Mi Pasatiempo

- 22 El Señor de 35 pueblos**  
Gracias a su esposa, Josef Wechsler se convirtió en un apicultor aficionado

### Aniversarios

- 24 Aniversarios**  
LOOK! felicita a los participantes en el aniversario de junio a agosto de 2018

### Nuestro mundo de placer

- 26 Ahora los carbones pueden brillar de nuevo**  
Las tendencias de barbacoa del año
  - 28 ¿Sándwich?**  
**¡Mejor a la parrilla!**  
Recetas de sándwich a la barbacoa
  - 30 ¿Quién será Burger-Meister?**  
Bell BBQ Single Masters  
**El duelo más caliente de Suiza**  
«Die Promi Griller» de Bell
  - 31 Placer fresco para el camino**  
Novedades de Hilcona para el placer consciente «To Go»
- Así es la calidad
- 32 Productos Excelentes**  
El Concours Générale Agricole en Francia



La privacidad en Bell Food Group

# **Datos personales y cómo protegerlos**

*El día 25 de mayo de 2018 entró en vigencia el nuevo Reglamento General de Protección de Datos de la Unión Europea. El foco está en la protección de los datos personales. Estas regulaciones también hacen que Bell Food Group esté involucrado. Sin embargo, en Bell Food Group, la privacidad es un tema importante no solo desde el día 25 de mayo.*

El uso de los llamados datos personales (datos que pueden ser utilizados para identificar a una persona), ha sido estrictamente regulado en la UE desde el 25 de mayo de 2018. Estos se consideran datos particularmente confidenciales. Las reglas se enumeran en el nuevo Reglamento General de Protección de Datos de la UE (RGPD). La nueva ordenanza entró en vigor en el año 2016, pero su efecto legal total tuvo un tiempo de transición para su desarrollo hasta el 25 de mayo de 2018. Las nuevas regulaciones también afectan a Bell Food Group, tanto en la UE como en Suiza.

«La protección de datos ha sido un tema importante en Bell Food Group desde antes del 25 de mayo de 2018. Bell Food Group siempre ha tomado en serio el manejo seguro de los datos personales, especialmente de nuestros empleados y clientes», señala Robert Divisek. Desde principios de abril de 2018, como Jefe Legal Corporativo en la sede de Basilea, ha apoyado a las distintas empresas de Bell Food Group en la implementación de la nueva normativa de la UE.

Entre otras cosas, el RGPD requiere que los procesadores de datos graben y documenten los procedimientos de tratamiento de datos. Además, las personas afectadas por el procesamiento de datos deben ser informadas sobre sus derechos con respecto a sus datos.

Robert Divisek explica la complejidad de los nuevos requisitos para una empresa: «Nuestra tarea principal actual es revisar la documentación o las políticas de privacidad declaradas para que éstas cumplan con las nuevas reglamentaciones.»

En un primer paso, todos los procesos de manejo de datos de Bell Food Group tuvieron que enumerarse y describirse en detalle. Posteriormente, los procesos individuales se analizaron para su conformidad con el nuevo RGPD. En caso de desviaciones, los procesos se adaptaron

en un siguiente paso revisando documentos o procesando cambios.

Sin embargo, la mayoría de los empleados no notará estas modificaciones. Para los empleados que no están directamente involucrados en el procesamiento de datos,

nada cambiará en su trabajo diario.

«Estos cambios son principalmente una red de seguridad. Usted es nuestro garante, para que, como compañía de procesamiento y aseguramiento de datos, cumplamos con los estándares actuales.»

Un punto, sin embargo, es muy importante para Robert Divisek: «Aparte de la nueva directiva de la UE, la protección de datos en la vida cotidiana comienza para todos en el lugar de trabajo. No solo es el trabajo de TI o de administración, sino el trabajo de todos los empleados.»



Como Jefe Legal Corporativo, Robert Divisek apoya a las diversas empresas de Bell Food Group implementando la nueva legislación de la UE.

Los principios básicos de la protección de datos también incluyen los llamados controles de acceso y entrada, como la cuestión de quién puede ingresar a las instalaciones en las que se procesan los datos personales y quién tiene acceso a los archivos de datos personales. Para esto, Bell Food Group ha desarrollado altos estándares de seguridad, comenzando con el acceso por lotes y llegando hasta los conceptos de autorización y contraseña. Sin embargo, es esencial la atención de los empleados sobre cómo se implementan estos conceptos de seguridad.

«Es importante recordar que no solo protege su privacidad al implementar el concepto de seguridad, sino también al proteger sus propios datos», dice Robert Divisek. «Por ejemplo, si escribo mi contraseña en un papel autoadhesivo, estoy arriesgando mi seguridad.»

Lo mismo se aplica a los documentos que están abiertos en el escritorio, a la pantalla que no está bloqueada durante la hora del almuerzo o a las claves de acceso que están en su bolsillo y que, en el camino a casa después del trabajo pueden perderse.

En este sentido, la protección de datos concierne a casi todos los empleados de Bell Food Group. Y es por eso que es importante que todos los empleados se involucren para manejar el tema. • sh

## Bell Food Group siempre ha tomado en serio los problemas de privacidad.



Conversación con el CEO (Director General) Lorenz Wyss

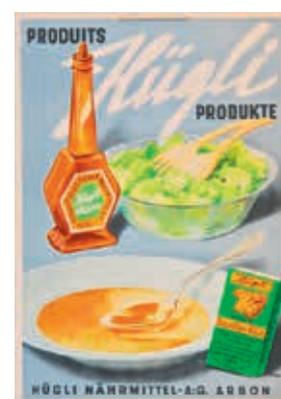
*«¡Sin especias,  
solo tienes la mitad  
del placer!»*

**Con la adquisición completa de Hilcona el año pasado y la adquisición de Hügli en enero, Bell Food Group ha mejorado significativamente su posición en el sector de precocinados. Hablando con LOOK! , el Director General Lorenz Wyss explica la dirección del futuro.**

**Con Hügli, una importante empresa internacional que se ha unido al Grupo Bell Food. ¿Qué significa esta fusión para usted?** Durante mi aprendizaje, mi instructor dijo una vez: «Sin especias, ¡solo tienes la mitad del placer!» Estoy totalmente de acuerdo con esa afirmación. Hügli se complementa idealmente con nuestro grupo. No solo encajamos bien geográficamente, sino que también podemos beneficiarnos enormemente de los surtidos de productos complementarios.

**¿Cuáles son los próximos pasos en la integración de Hügli?** La integración ya está en marcha con varios proyectos, en primer plano está la explotación del potencial de sinergia. En el segmento minorista, estamos verificando el acceso de los productos de Hügli a nuestros clientes existentes, como Coop. En el negocio mayorista de cash & carry vemos grandes oportunidades en una cooperación más estrecha entre Transgourmet y Hügli. Sin embargo, también identificamos el potencial de sinergia dentro de nuestro propio grupo. En el futuro, nos gustaría utilizar cada vez más los surtidos de Hügli en nuestra producción, por ejemplo, usando especias y salsas para ensaladas. Finalmente, también coordinamos nuestras actividades de exportación y examinamos conjuntamente el desarrollo de nuevos mercados.

**Con la adquisición completa de Hilcona y la alianza con Hügli, en el futuro se generarán alrededor del un cuarto de las ventas totales de productos precocinados. ¿Cuáles son los objetivos de Bell Food Group en este sector?** El fortalecimiento del área de precocinados es uno de nuestros objetivos estratégicos. El mercado de precocinados se caracteriza por altas tasas de crecimiento y márgenes superiores a la media. Suponemos que este desarrollo continuará en el futuro. Con las adquisiciones de Hilcona y Hügli, nuestro objetivo es aumentar aún más nuestra cuota de mercado en el sector de precocinados europeo.



**“Nos distinguimos a nosotros mismos con un aumento constante de la calidad de los productos y la conservación de nuestra artesanía.”**

**¿Qué significa esto para los otros negocios de Bell Food Group?** En nuestra estrategia, por supuesto, no nos limitamos al sector de precocinados. También perseguimos objetivos ambiciosos en otras áreas comerciales. Queremos mantener nuestro papel de liderazgo en nuestro negocio establecido de carnes, aves, embutidos y mariscos. También queremos expandir nuestra posición en el importante mercado del servicio de alimentos con ofertas personalizadas para nuestros clientes. Esto se aplica tanto a nuestro mercado principal, Suiza, como a otros países europeos. No menos importante es el lanzamiento internacional de la marca Bell Professional. De esta manera, podemos aumentar aún más nuestro alcance en los mercados internacionales y continuar desarrollando un segundo pilar geográfico importante además de Suiza.

**«Siempre debemos  
desear mejorar  
cada día»**

*Espresionante lo que surgió de una pequeña carnicería en el centro de Basilea. ¿Dónde ve el punto principal en los productos cárnicos?* Queremos distinguarnos con una calidad de producto alta y constante para la preservación de la artesanía y ofrecer a nuestros clientes la mejor experiencia de disfrute posible. También nos enfocamos en una amplia gama de especialidades regionales y producción sostenible. Invertimos específicamente en nuestras instalaciones de producción existentes. Por ejemplo, el nuevo edificio en Fuensalida, España, que nos da la oportunidad de ampliar aún más nuestra gama de charcutería española. Por otro lado, también incorporamos específicamente compañías que complementan idealmente nuestra cartera con su experiencia.

*¿Qué es especialmente importante para usted en su trabajo diario?* La pasión por nuestros productos y nuestra artesanía, combinada con la voluntad

de aprender unos de otros para mejorar. Asimismo, el manejo responsable y completo de nuestros recursos y nuestro medio ambiente.

*¿Y qué quiere ofrecer al personal de Bell Food Group para hacer su trabajo diario?* Nuestros empleados son nuestro activo más valioso. Una compañía y sus productos solo son tan buenos como sus empleados. Tenemos que desear mejorar cada día. Es importante que nos tratemos unos a otros con respeto y nos centremos plenamente en la calidad. Esa es la única forma de que podamos cumplir o superar las altas expectativas de nuestros clientes. • sh





El juego de predicción de la Copa del Mundo «Play & Win – World Cup Russia 2018»

## ¿Quién tiene lo que se necesita para convertirse en un maestro de la predicción?

*Mientras los mejores futbolistas del mundo muestran sus habilidades en Rusia, la tensión también aumenta en el grupo Bell Food: participa en el juego de predicción de la Copa del Mundo 2018 y hazte un oráculo del fútbol.*

Comienza el 14 de junio: ese día será el lanzamiento de la Copa Mundial de la FIFA 2018. En Rusia, los mejores equipos del mundo luchan por la corona del fútbol durante un mes. Y el grupo Bell Food también se está divirtiendo mucho. El juego de predicción «Play & Win» (Juega y gana) acerca el ambiente de la Copa Mundial a oficinas, salas de producción y comedores.

Los que aciertan consiguen puntos valiosos para la clasificación interna. El resultado correcto se valora por encima de la diferencia de goles correcta o el ganador correcto. E incluso los jugadores entre nosotros no se quedan con las ganas: Quien adivina qué equipo marca el primer gol en cada partido recibirá dos puntos. Sin embargo, se deducen dos puntos si el resultado es incorrecto.

Puedes inscribirte en un PC, teléfono inteligente o con tableta en <https://playandwin.bellfoodgroup.com>. Todos los empleados de Bell Food Group pueden participar como individuos o como grupo con un máximo de cinco miembros.

Quien lidera la clasificación al final, puede esperar grandes ganancias. Como premios para los jugadores individuales en las posiciones 1 a 10 hay bonos de viaje con valor de hasta 2000 euros. Los diez grupos con más éxito reciben hasta 1200 euros cada uno para un viaje juntos.

Incluso después del comienzo, tendrás la oportunidad de ganar grandes premios: Durante las cuatro semanas, habrá dos sorteos adicionales en los que se sortearán 50 ganadores que se recompensarán con algunos puntos extra. Así que vale la pena seguir jugando.

Puedes registrarte desde el 4 de junio. Si tienes alguna pregunta, solo tienes que usar la función integrada de chat en vivo y obtendrás una respuesta en un instante. • sh

**Acierta, entusiámate y gana puntos.**

Vínculo:  
<https://playandwin.bellfoodgroup.com>

Apertura del nuevo estacionamiento en Basilea

## **Estacionamiento moderno para los empleados de Bell**

*A mediados de mayo, se ha inaugurado el nuevo estacionamiento en Basilea. Ahora los empleados disponen de aproximadamente 1000 espacios de estacionamiento en 19 niveles.*

Desde el 15 de mayo, el nuevo estacionamiento está en funcionamiento en la ubicación de Basilea. El estacionamiento es el primer edificio en el área de Neudorfstrasse, materializado como parte del programa de inversión «Ópera». El período de construcción fue de unos ocho meses y se completó según lo programado.

Además de alrededor de 1000 espacios de estacionamiento, los empleados, inquilinos y terceros seleccionados también tendrán acceso a espacios de estacionamiento para bicicletas y ciclomotores en el futuro. También hay diez estaciones de carga para vehículos eléctricos en diez aparcamientos.

Además de un sistema moderno de guía de estacionamiento, el estacionamiento también tiene una característica muy especial: el acceso a través de la barrera es mediante el reconocimiento automático de la matrícula. • sh



Nuevas recetas para los productos de Bell France

## **¡Es así de sencillo!**

*Bell France ofrece siete nuevas recetas a sus consumidores este año para momentos creativos de disfrute e inspiración: clásicos bien conocidos con una nueva interpretación.*

Carpaccio «Bündnerfleisch», Rollos con Jamón D'Auvergne o Tostadas de Serrano. Este año, Bell France invita a los consumidores a redescubrir los clásicos regionales con recetas frescas.

Las recetas se desarrollaron en colaboración con dos jóvenes chefs. El objetivo era ganar nueva atención con viejos clásicos con combinaciones extraordinarias y preparación en pasos sencillos. Al mismo tiempo, también forman parte del enfoque los productos, cuya preparación no siempre es completamente evidente o cuya reputación se limita a una región determinada, como es el caso, por ejemplo, de los Diots de Savoie.

Las recetas no solo se pueden encontrar en el nuevo sitio web de Bell France [www.bell1869.fr](http://www.bell1869.fr), también se usan como parte de una campaña en Facebook, y se presentan en colaboración con la conocida página de recetas francesa «Demotivateur Food».

En ambos casos, Bell France se beneficia de fuentes con gran alcance. «Dichas recetas ofrecen una oportunidad ideal para presentar nuestros productos a través de las fronteras regionales y, en particular, al público joven», explica Marguerite Martin, Gerente de Producto de Bell France. «A veces los consumidores necesitan alguna inspiración útil, y ciertamente, esto lo logramos con nuestras nuevas recetas.» • sh

Conversando con: Maria José Canovas Pérez

# Tour de compras con Eisberg

*España es considerada el huerto de Europa. Esto hace que el país sea uno de los principales proveedores de Eisberg en la temporada de invierno. La oficina de compras en España existe desde 1999. Desde el inicio del año, Maria José Canovas Pérez asumió el cargo de Directora de Compras (CPO) del Grupo Eisberg y Directora Gerente de ESSP en España. Look! le preguntó sobre sus nuevas responsabilidades y el significado de los productos españoles para Eisberg.*

**Usted ha sido desde el comienzo del año CPO del Grupo Eisberg y Directora Gerente de ESSP en España. ¿Cuáles son sus tareas principales en esta función?** María José Canovas Pérez: Dirijo el equipo aquí en el sitio y también soy la Gerente Técnica de los equipos de compras en los demás países. Al mismo tiempo, soy responsable de la implementación de la estrategia de compras de Eisberg. Además, mi equipo y yo nos aseguramos, entre otras cosas, de que los proveedores cumplan con nuestros requisitos de calidad y la seguridad en el suministro.

**¿Por qué España es un proveedor importante de Eisberg?** Las regiones alrededor de las ciudades de Murcia, Almería, Alicante y Valencia ofrecen de octubre a abril, condiciones climáticas únicas para el cultivo de lechugas y verduras acordes con los estándares de la UE. Por lo tanto, en la temporada de invierno, una gran parte de las materias primas para Eisberg provienen de España. Otros países como Italia o Grecia también están cultivando lechugas y verduras durante los meses de invierno. Las cantidades son más pequeñas y se concentran más en las ventas dentro de su propio país.

**¿Para qué sitios de producción del Grupo Eisberg compran en España?** Abastecemos a todos los centros de producción de Eisberg y GastroStar. Los productos terminados van desde allí a un total de doce países en los que Eisberg está representada. Además de Suiza, Austria y Alemania, esto también incluye numerosos mercados de Europa del Este.

**¿Cómo se asegura de que los proveedores cumplan con los estándares requeridos?** Nuestro gerente de calidad visita a los productores diariamente para verificar la calidad de los productos cultivados para Eisberg. También yo visito a los granjeros de vez en cuando durante la temporada para convencerme de que todo está de acuerdo con nuestras especificaciones.

**¿Qué planes tiene para la oficina de compras en España en los próximos años?** Nuestro objetivo es convertirnos en la oficina de compras del Grupo Eisberg, donde todo se combine en términos de compra de lechuga, vegetales y fruta. A medida que el grupo continúa creciendo y consumiendo mayores cantidades de materias primas, nuestra ubicación aquí en Águilas será aún más importante en el futuro. • *mr*



Maria José Canovas Pérez,  
Directora de Compras del  
Grupo Eisberg y Directora  
Gerente de ESSP en España

**«Durante la temporada, algunas veces, visito a los granjeros.»**

Gestión de salud ocupacional en Bell Suiza

# ENFOQUE EN LA SALUD DE LOS EMPLEADOS



*Bell Suiza ha sido certificada con la etiqueta «Friendly Work Space» (Espacio de trabajo amistoso) desde el otoño de 2016. La etiqueta certifica que la empresa implementa una amplia gama de medidas de promoción de la salud de los empleados. Con la introducción de una gestión de salud en la empresa (BGM, Betriebliches Gesundheitsmanagement) estas medidas son ahora estructuradas, evaluadas y expandidas sistemáticamente. El objetivo es mejorar aún más las condiciones de salud en el lugar de trabajo y apoyar las dificultades de salud.*

Los accidentes, enfermedades, problemas con empleados o supervisores, así como las dificultades privadas u otras dificultades sociales pueden afectar la salud de los empleados y tener un impacto negativo en su capacidad de trabajar. Las consecuencias de esto son el estrés, la insatisfacción y, en caso extremo, largas ausencias e incluso incapacidad completa para trabajar.

Por esta razón, Bell Suiza ha estado confiando durante mucho tiempo en una amplia gama de medidas para aumentar la salud y la satisfacción laboral de sus empleados. Esto incluye medidas preventivas como la fisioterapia o la vacunación gratuita

## El objetivo de BGM es tener empleados sanos y satisfechos.

trabajo. Cuando es posible, también se tienen en cuenta las necesidades individuales de los empleados.

En el curso de la certificación con la etiqueta «Friendly Work Space», Bell Suiza ahora está presentando un sistema de gestión de salud de la empresa (BGM) en el que estas medidas se estructuran, se evalúan y se expanden sistemática y continuamente.

Como parte de la administración de casos, los empleados son apoyados en situaciones difíciles. La coordinación de las medidas individuales se lleva a cabo por el departamento de recursos humanos de Bell Suiza AG, que tiene una cantidad considerable de trabajo por hacer. «Nuestro objetivo es que los empleados que enferman como resultado de problemas de salud, sociales o de otro tipo puedan permanecer en el proceso de trabajo o integrarse de forma sostenible», explica Johannes Meister, Director de recursos humanos de Bell Suiza.

Un elemento importante de BGM son la detección temprana y la respuesta a problemas de salud u otras dificultades. «No queremos actuar cuando ya sea demasiado tarde. Por eso es tan importante que los empleados vengan para tener una conversación», explica Julia Peyer, responsable de la gestión de proyectos de BGM en Bell Suiza. Los empleados pueden decidir por sí mismos dónde quieren cambiar. Como parte de BGM, hay varias opciones de asesoramiento gratuitas disponibles. Los diferentes puntos de contacto ayudan a los empleados a encontrar soluciones y manejar el asunto de manera confidencial (ver recuadro). • fv

## Abordar problemas temprano

En el caso de situaciones laborales desfavorables, restricciones de salud o situaciones privadas difíciles, es importante que nos contacte lo antes posible. Bell Suiza ofrece una serie de puntos de contacto para manejar sus inquietudes de forma confidencial y trabajar con usted para encontrar una solución.

### Sus supervisores

BGM es una tarea de gestión importante como parte del proceso de trabajo diario. Si es posible, contacte con su jefe o supervisor.

### Recursos humanos

Los responsables de recursos humanos están dispuestos a oír sus inquietudes y le ayudan a encontrar soluciones. Recursos humanos coordinará junto con usted los pasos adicionales, le dirigirá a los departamentos especializados y le asistirá en la adaptación del lugar de trabajo o durante la reintegración.

### Representación de los empleados de Bell Suiza

Aquí puede discutir su situación, por ejemplo, comparando con situaciones similares que los representantes de los empleados ya han resuelto. Luego se probarán otras posibilidades conjuntamente.

### Sozialdienst Coop (Cooperación de servicios sociales)

Ayuda externa a través de trabajadores sociales capacitados para crear nuevas perspectivas conjuntamente.

### Seguro de enfermedad/ Administración de Casos

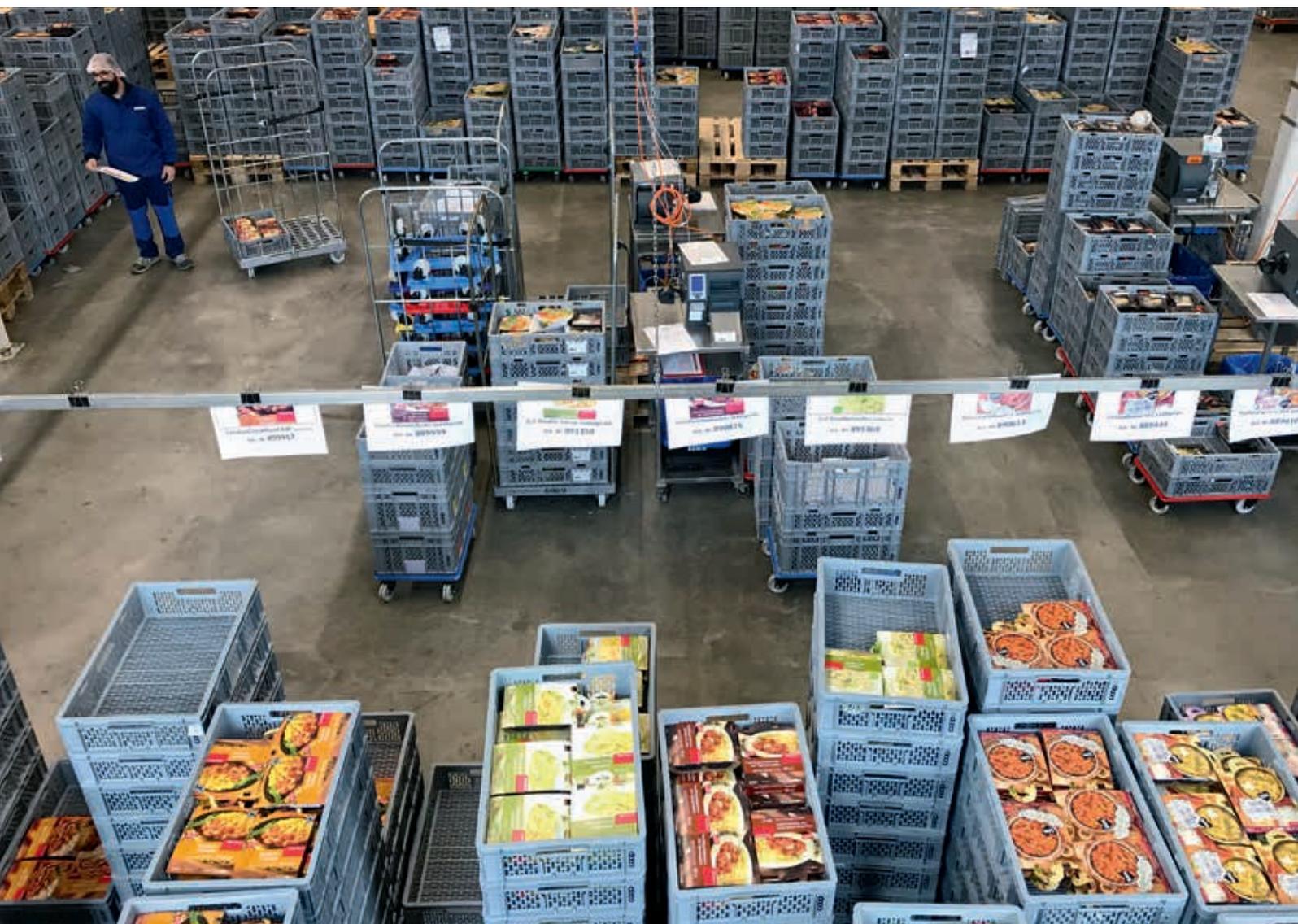
En algunas situaciones el seguro de enfermedad SWICA puede proporcionar apoyo con los administradores para problemas físicos o psicológicos en casos que incluyen la permanencia o reintegración en el mundo laboral. Al mismo tiempo, se lleva a cabo en momentos puntuales una importante coordinación con otras partes interesadas, como médicos, compañías de seguros públicas y privadas, recursos humanos y supervisores.

Para obtener más información e información de contacto sobre BGM, vea BellNet o el tablón de anuncios.

Centro de preparación de pedidos de Hilcona en Schaan

# **Frescura perfectamente organizada**

*Recepción de pedidos, preparación de mercancías, carga de carretillas: los empleados de preparación de pedidos de Hilcona en Schaan tienen las manos ocupadas. Siete días a la semana se aseguran de que pasta, ensaladas y otros productos frescos sean entregados puntualmente a los clientes.*



Durante todo el día, el equipo de procesamiento de pedidos de Hilcona en Schaan recibe pedidos de los clientes. Para esto tienen acceso a teléfono, fax, correo electrónico o el intercambio electrónico de datos, llamado «EDI» para abreviar. El cliente puede elegir entre una amplia selección de comidas frescas, ensaladas y pasta fresca. Y esto ordenado individualmente según la cantidad y la composición requerida. Alrededor de 4000 pedidos ingresados manualmente se procesan al mes. Para garantizar que no se produzcan errores, se requiere el mayor cuidado en este primer paso del proceso.

Esto es seguido por el procesamiento concreto de pedidos dentro del departamento de preparación, donde los empleados de la administración generan pedidos concretos para ser preparados. Los preparadores de pedidos luego juntan los diferentes artículos según las cantidades solicitadas y los empaquetan en cajas, también llamadas contenedores reutilizables, porque se usan una y otra vez. Apilados en carritos, ahora están listos para ser transportados al camión que los está esperando. En algunos casos, ya viajan al cliente dos horas antes de la fecha límite de la orden. La distribución de productos frescos comienza a primera hora de la tarde para que estén listos para la venta a la mañana siguiente.

El proceso se realiza en la sede de Hilcona en Schaan, Liechtenstein desde hace décadas. En 2013, se produjo un cambio importante para este área: en septiembre, la planta también se hizo cargo de la preparación de alrededor de 270 artículos nuevos de la sucursal de Bell en Schafisheim, además de los productos de Hilcona. Para este propósito, se construyó un nuevo edificio y el departamento creció significativamente.

En la actualidad, alrededor de 55 empleados trabajan en Schaan para proporcionar a los clientes una variedad de productos de conveniencia. Las fortalezas especiales del departamento son la velocidad, la flexibilidad y la versatilidad de sus empleados. Todo el equipo está perfectamente sincronizado entre sí, asegurando que todos los pedidos sean procesados y entregados a tiempo.

E incluso en las temporadas altas, como en los meses de verano, cuando la demanda de ensaladas es particularmente alta, el área está bien preparada. «Capacitamos a nuestros em-

pleados para que puedan cambiar a otras zonas de preparación, si es necesario. También adaptamos las zonas de preparación y los equipos a la temporada, dependiendo de la rutina diaria», informa Fernández Francisco Paris, jefe del departamento de distribución de Hilcona en Schaan.

En promedio, 140 000 artículos por día salen de la ubicación en Schaan; en días especiales, incluso pueden ser hasta 180 000. Perfectamente preclasificados y bien refrigerados, los productos frescos llegan a los centros de distribución de clientes en Liechtenstein y en el extranjero cada día en poco menos de 20 camiones. Desde allí se transportan a los almacenes individuales, de modo que ya estén en las estanterías frías al día siguiente. Además del comercio suizo, entre los clientes se incluyen conocidas cadenas de supermercados en Alemania, Austria y Polonia. La preparación de pedidos de Hilcona despacha seis días a la semana.

Coop tiene un trato especial: Hilcona recibe los pedidos de su cliente más grande incluso los siete días de la semana. Además, la compañía ya está preparando los pedidos de productos listos para ser entregados a cada sucursal individual de Coop. Así que el suministro de pasta, ensaladas y demás productos llega la misma noche del día del pedido a los respectivos mercados.

«Bajo el lema «Tomamos el liderazgo», antepone la satisfacción del cliente con el 100% de nuestro compromiso y con el uso eficiente de nuestros recursos. Gracias a esto, alcanzamos las especificaciones dentro del Grupo Bell Food», explica Philipp Ender, especialista en logística de distribución en Hilcona. • mr

### Las fortalezas del Departamento son Velocidad y Flexibilidad



Fernández Francisco Paris, jefe del departamento de distribución de Hilcona en Schaan.



Los nuevos programas suizos de servicios de salud porcina

# Una gran ventaja

En 2016, la industria suiza de cerdos lanzó el proyecto «Programa de Salud Plus para Cerdos», una solución para la reducción sostenible de los antibióticos en la producción porcina. En abril de 2018, la financiación de la puesta en marcha fue un paso importante hacia la implementación a largo plazo – un buen momento para arrojar algo de luz sobre el proyecto.

## Los programas de salud promueven la sanidad y el bienestar animal.

El tema de la reducción de antibióticos no solo se debate en la industria suiza de cerdos desde hace poco. Durante más de cuatro años, toda

la cadena de valor del cerdo ha estado trabajando sobre el tema y ha estado buscando enfoques y soluciones para la reducción

sostenible de los antibióticos. Para configurar tal proyecto, toda la industria debe unirse y participar activamente; desde los criadores y engordadores hasta los encargados del comercio de ganado, los contratantes, carniceros mayoristas y minoristas, los científicos y el gobierno

Esfuerzos que dan fruto: con el proyecto «Programa de Salud Plus para Cerdos», la industria porcina aborda el tema. La atención se centra en los dos servicios de salud porcino: Suisag-SGD y Qualiporc, y sus respectivos programas de salud «SuisSano» y «qualiporc Safety Plus». Con estos programas de salud Plus, la industria no solo quiere contrarrestar la formación de resistencia en el ganado, sino también for-

talear la imagen de la carne del cerdo suizo.

La base del proyecto es una cobertura amplia y de largo plazo de todos los datos relevantes: cualquier persona que considere la reducción sostenible de antibióticos no solo tiene que analizar los datos de tratamiento, sino que también debe considerar los datos de evolución del rendimiento y de salud. Por lo tanto, no solo se registran los datos concretos sobre la salud animal, sino también los datos de rendimiento, como el número de lechones nacidos.

Finalmente, en abril de 2017, se sentaron las bases para una recopilación de datos amplia y sin fisuras: el «Diario Electrónico de Tratamiento (EBJ)», por sus iniciales en alemán, un sistema de registro electrónico en el que los criadores y los engordadores pueden ingresar sus datos a través de la aplicación.

Los productores que participan en uno de los dos Programas de Salud Plus se comprometen a presentar regularmente sus datos de salud y rendimiento al Diario Electrónico de Tratamiento.

Las cifras resultantes, proporcionan la base para consultas específicas dirigidas a cada empresa por parte de los servicios de salud. Sobre la base de esto, los productores no solo reciben evaluaciones calculadas periódicamente de sus propias granjas, sino que tam-



bién pueden ver la comparación con otros participantes de los programas de salud Plus.

El 1° de abril de 2018, comenzó la financiación inicial para los productores, otro hito del proyecto. Como parte de un sistema de incentivos, los criadores y engordadores participantes recibirán un aporte de 1 Franco suizo por lechón destetado o porcino sacrificado hasta el año 2021. Los incentivos se financian con un fondo administrado por la asociación industrial Proviande,

que está compuesta por procesadores como Bell. Por un lado, a la industria le gustaría cubrir parte del trabajo extra de los productores de cerdo Plus y, por otro, garantizar la mayor participación lo más rápido posible. Según los directores del proyecto, se espera que el 95 por ciento de todos los productores porcinos suizos esté participando en uno de los dos programas de salud para el año 2020. • sh

**El EBJ garantiza una cobertura completa.**



Servicio de Alimentos en el Bell Food Group

# TODOS LOS SIGNOS DE CRECIMIENTO

El consumo fuera del hogar está en auge en toda Europa. Es un mercado en crecimiento que se está volviendo cada vez más importante para Bell Food Group. Durante años, la compañía ha estado activa con varias ofertas para sus clientes del servicio de alimentos. Con la adquisición de Hügli, Bell una vez más ha fortalecido significativamente su posición en este sector.

Ya sea en la cantina, en la cafetería de pie o en el restaurante, comer fuera de las cuatro paredes propias es simplemente parte de una vida moderna. Y para muchas personas cada vez más a menudo. Por lo tanto, el mercado de la industria alimentaria fuera de casa ofrece un potencial prometedor.

Esto también se aplica al Bell Food Group. En todas las divisiones, desde Bell Suiza, Alemania e Internacional hasta Hilcona y Eisberg,

### Bell también vigila las tendencias de nutrición actuales.

el grupo de empresas está activo con diferentes ofertas en el sector del servicio de alimentos. Expandir este negocio es un objetivo claramente definido dentro de la estrategia corporativa. «El hecho de que estamos fortaleciendo nuestra posición en el segmento de servicio de alimentos es crucial para nuestro éxito en el futuro», explica Marcel Allemann,

Director de Ventas Servicio/Industria de Alimentos en Bell de Suiza. «Por lo tanto, hemos comenzado a crear las estructuras correctas, por ejemplo en ventas, para posicionarnos mejor en este sector.»

Un socio estratégico importante en el negocio del servicio de alimentos es Transgourmet. Como segundo proveedor más grande en el negocio europeo de venta al por mayor de comida para llevar y entregar, la compañía proporciona a restauradores y mayoristas una amplia gama de alimentos. Transgourmet ha formado parte del Grupo Coop desde 2011 y, por lo tanto, está estrechamente asociada con Bell. En Alemania, Francia y Suiza, los dos socios ya están cooperando intensamente. En estos países, Transgourmet tiene numerosos productos Bell en su surtido.

## Ofensiva del Servicio de Alimentos con Bell Professional

Mejorar aún más nuestros productos y servicios para hacer que la vida cotidiana sea lo más fácil posible para nuestros clientes: Bell persigue este objetivo con la nueva oferta de Bell Professional. Incluye embutidos de alta calidad y productos precocinados, que ahora se comercializan bajo la marca Bell por primera vez en países como Alemania, Francia o Polonia. La mayoría de los surtidos está formada por productos que se incluyeron previamente en mercados individuales con las marcas establecidas allí.

El nuevo diseño de empaquetado uniforme con el logotipo de Bell transmite los altos estándares de la gama. Además, proporciona a primera vista todos los datos alimentarios importantes, como el número de porciones o rodajas, el tiempo y posibilidades de preparación, y las especies animales. Esta información proporciona a los clientes un valor agregado real. Y eso tanto en la compra como en el uso de los productos.

Bell Alemania ha introducido gradualmente la nueva gama desde mayo. Más de 100 artículos de las marcas existentes de Abraham, Hoppe y Zimbo se han convertido en Bell Professional y se han adaptado a las necesidades específicas de los usuarios profesionales. Los nuevos productos complementarán aún más el surtido, de modo que incluso más variedad pueda llegar a la mesa. Al mismo tiempo, Bell Alemania también fortaleció su equipo de ventas en el sector del servicio de alimentos con el fin de poder ofrecer a sus clientes un apoyo aún más intensivo en los sectores de la gastronomía, hostelería, gastronomía de transporte, catering y comercio mayorista.

Además, la compañía atrajo la atención de un amplio grupo meta en una campaña de comunicación integral hacia la nueva marca fuerte en el segmento del servicio de alimentos. Por ejemplo, los artículos seleccionados llevan pegatinas desde abril con una referencia al cambio a Bell Professional. Se proporcionó más apoyo de comunicación mediante

anuncios en diarios especializados, carpetas de ventas, una página de aterrizaje dedicada y, por último pero no menos importante, conversaciones personales con los clientes de los representantes de campo.

«La orientación 100 por 100 hacia el cliente también es el mensaje de la campaña desarrollada en Alemania para Bell Professional. Esto se resume en el anuncio «Alimentos y servicios hechos para usted». Los profesionales de todo el mercado de fuera del hogar y mayoristas deberían beneficiarse de la diversidad de productos y del servicio que ofrece Bell Professional», explica Vivian Tiemann, Directora de Marketing de Foodservice & Export en Bell Alemania.

### Enlace

[www.bellprofessional.de](http://www.bellprofessional.de)



## 4 preguntas a ... Daniel Stiller



Daniel Stiller es el responsable de clientes del servicio de alimentos en Vogeley, filial de Hügli, como representante de ventas.

Daniel Stiller visita in situ diariamente a los clientes del servicio de alimentos de Vogeley, una subsidiaria de Hügli. En «Look!» informa sobre la importancia de la fiabilidad y la flexibilidad en esta entrevista.

**Sr. Stiller, ¿Cómo se convirtió en representante de ventas de campo para Vogeley?** Daniel Stiller: Comencé mi formación como empleado industrial en Vogeley en 2004. Mis formadores se dieron cuenta rápidamente de que estaba bien preparado para el contacto directo con el cliente. Así que me enviaron al servicio de campo en el segundo año.

En primer lugar, intervine como sustituto de colegas enfermos en toda Alemania. Más tarde obtuve mi propia área en la frontera entre East Westfalia Occidental y la Baja Sajonia, donde sigo activo hoy.

### ¿Cómo es su día de trabajo normal?

Comienzo mi recorrido alrededor de las siete en punto. En el transcurso del día, visito de nueve a diez clientes en restaurantes, hospitales, casas de ancianos o gastronomía de empresa, con quienes tengo citas fijas, por lo general con cuatro semanas de anticipación. A menudo ocurre que alguien espontáneamente me pide que venga porque necesita consejos especiales o nueva mercancía. Además de los clientes existentes, también visito de tres a cuatro nuevos clientes potenciales diariamente para convencerlos de nuestra oferta. Cuando he terminado mi recorrido, todavía queda el trabajo de oficina. Tengo que introducir los pedidos en el sistema, documentar quién los visitó, responder correos electrónicos, etc.

### ¿Qué lleva en el equipaje cuando visita a sus clientes?

El maletero de mi auto está lleno de materiales informativos. Además del catálogo de productos, también se incluyen volantes para promociones especiales, como las que se realizan actualmente en la Copa del

Mundo o en categorías especiales, como la nutrición suplementaria CuraPlus con alto contenido de calorías para personas mayores. Con el fin de presentarles a los restauradores productos interesantes que aún no conocen, casi todos los días tengo diferentes productos, como una mousse preparada o un caldo para probar. Esto lo preparo yo mismo en casa antes. Una cierta afinidad por la comida y la cocina es parte de mi trabajo.

### En su opinión, ¿cuáles son las grandes ventajas que Vogeley ofrece a sus clientes del servicio de alimentos?

Por un lado, hay productos de alta calidad con garantía de éxito, así como conceptos para eventos estacionales específicos o para grupos meta especiales. Por otro lado, son ventas directas con gran cercanía a los restauradores. Dependiendo de su importancia, visito a mis clientes cada cuatro u ocho semanas y, por supuesto, siempre estoy disponible para ellos en todo momento. Especialmente importante para mi persona de contacto es que estoy en el momento señalado frente a la puerta y por lo tanto no interrumpo sus procesos de trabajo. En resumen, la entrega a tiempo y la confiabilidad son los aspectos básicos de mi trabajo.

## También en el segmento del servicio de alimentos: juntos en la cima.

Mercados como Polonia, Rumanía y más recientemente Austria están en construcción.

La cooperación se intensificará aún más para el crecimiento futuro en esta zona. «Nuestro objetivo a largo plazo es que Bell produzca productos cárnicos y salchichas para clientes de gastronomía y Transgourmet los venda», explica Marcel Allemann.

Además de vender productos cárnicos y embutidos a través de Transgourmet, la división de servicio de alimentos de Bell Suiza suministra a grandes cadenas de restaurantes y carnicerías también por sí misma. La receta del éxito: productos excepcionales combinados con el mejor servicio. Esto incluye el hecho de que Bell suministra a sus clientes una calidad de producto constante. «Los restauradores pue-

den confiar en que siempre obtendrán los mismos cortes y tamaños para la carne fresca, por ejemplo. Esto les ayuda tanto en la preparación como en el cálculo de la comida. Además, también atendemos las solicitudes individuales de los clientes y les proporcionamos exactamente los productos que necesitan», informa Marcel Allemann.

Siempre cercano a sus clientes, Bell también vigila las tendencias nutricionales actuales. Ya se trate de carne o de productos cárnicos, de bienestar animal o etiquetas orgánicas, los expertos en servicios alimentarios suizos ofrecen los productos adecuados para cada requerimiento gastronómico. Al mismo tiempo, también puntúan con tiempos de entrega cortos. Todo lo que los clientes piden antes



## Un socio estratégico importante es Transgourmet.

de las 16 horas, se entrega fresco a la mañana siguiente. Y como proveedor confiable, el departamento también garantiza que, incluso en las horas punta, todos los productos deseados están disponibles. No en vano Bell es el carnicero más grande de Suiza.

Pero los productos cárnicos y embutidos dejaron de ser, desde hace mucho tiempo, el único negocio del Bell Food Group. También en el sector de los precocinados el grupo se está convirtiendo cada vez más en un actor internacional importante. Entre otras cosas, las fusiones con Hilcona y Eisberg han contribuido decisivamente. Ambas divisiones también operan con éxito en el mercado del servicio de alimentos con surtidos y productos personalizados para gastronomía y mayoristas que se adaptan perfectamente a las necesidades de los restaurantes y mayoristas de toda Europa.

El sector de precocinados también recibió recientemente más refuerzo. La adquisición de Hügli a principios de año incluye otra empresa del grupo Bell con una amplia gama de productos de precocinados para los principales clientes del sector de la restauración.

Los surtidos de las marcas Hügli, Supro y Vogeley se adaptan exactamente a las necesidades del chef desde los entremeses hasta el postre. En esto la empresa concede gran importancia a la cocina y la creatividad en las tres marcas. Los expertos en ventas con experiencia también se aseguran de que los clientes siempre se sientan totalmente asesorados. La oferta y la filosofía corporativa son la combinación perfecta para Bell Food Group. Ahora también en el segmento del servicio de alimentos vale: juntos en la cima. • mr

## Bell y McDonald's: Buena cooperación durante más de 40 años

Ha pasado un tiempo desde que Heinz Verna lanzó las primeras carnes para hamburguesas (Burger-Pattis) para el Big Mac en 1976, para la entrada en el mercado de McDonald's en Ginebra. Incluso entonces, el proveedor de carne Grieder convenció a McDonald's como un socio competente, capaz e innovador, con quien el crecimiento conjunto es posible. Mientras tanto, Grieder se fusionó con Bell y de un restaurante McDonald's se pasó a 167 en toda Suiza. El compromiso de Heinz Verna, que todavía trabaja para Bell en Oensingen hoy, así como la alta calidad de los Pattis de carne de Bell en las hamburguesas de McDonald's se mantienen sin cambios.

«Apreciamos mucho la larga asociación con Bell. Se caracteriza por un intercambio directo, cercano, una gran apertura y la más alta comprensión de la calidad», dice Deborah Murith, Directora de Comunicaciones de McDonald's Suiza. El año pasado, Bell procesó 4450 toneladas de carne de vacuno para McDonald's Suiza; 70 por ciento proviene de la cría de animales de RAUS. Este estándar asegura que los animales estén regularmente al aire libre. Las hamburguesas están hechas de carne de músculo puro de los cuartos delanteros del ganado. Cada hamburguesa pasa por un estricto pro-

ceso de calidad en Bell con 80 criterios de prueba.

«Para McDonald's Suiza, los ingredientes locales han sido importantes desde las primeras horas», informa Deborah Murith. «Queremos ofrecer a nuestros clientes momentos agradables y alegres con cada visita, esto incluye la experiencia de nuestros clientes en los restaurantes y los ingredientes de alta calidad de nuestros productos. Por lo tanto, tenemos estándares de calidad muy elevados para nuestros proveedores y estamos satisfechos con el compromiso de Bell.»

Y no solo los expertos en servicio de alimentos de Bell en Suiza trabajan en estrecha colaboración con McDonald's. Eisberg, con su filial Gastro Star, es uno de los proveedores de la compañía durante muchos años. Además de Suiza, los especialistas en fresca ofrecen ensaladas crujientes para Big Mac y Co para los restaurantes en Alemania, Austria y otros seis países europeos.



A man wearing a white protective beekeeping suit and a mesh veil is standing in a field of yellow wildflowers. He is holding a wooden frame filled with a honeycomb covered in bees. He is also holding a pair of black tweezers in his right hand. The background shows a green field and a wooden structure.

Gracias a su esposa, Josef Wechsler se convirtió en un apicultor aficionado

# EL SEÑOR DE 35 pueblos

*Al menos una vez por semana, Josef Wechsler se coloca un traje protector con velo para visitar a sus protegidas. Este apicultor aficionado cuida, junto con su esposa, a más de un millón de abejas. Ellas vuelan de flor en flor por toda Lucerna asegurando a la vez, que los agricultores obtengan una buena cosecha de frutas.*



## El Protagonista

**Nombre:** Josef Wechsler

**Actividad en Bell:**

Líder del Equipo de Animales

Reproductores en

Producción Animal de Zell

**En Bell desde:** 1997

**Edad:** 54



Son pequeñas, peludas y alertas y tienen un nombre rimbombante: «*Apis mellifera mellifera*». Ya el suegro de Josef Wechsler poseía abejas de esta especie, también llamada «abeja negra». Transmitió su entusiasmo por estos laboriosos insectos a su hija, y luego a su yerno. «Mi esposa ha tenido este pasatiempo desde hace mucho tiempo», indica el Líder del Equipo de Animales Reproductores en Producción Animal de Zell. «En algún momento me cautivó a mí y también tomé el curso de apicultor.»

De eso hace ya doce años, ahora los Wechsler poseen 35 colonias de abejas, cada una con entre 35 000 y 40 000 animales. Su hogar está en el interior de Lucerna, donde sus colmenas se encuentran alojadas en tres casas. Allí recolectan néctar y polen principalmente de árboles frutales y ayudan en la primavera con la polinización. Además, el diente de león y otras flores crecen en los prados circundantes, a los que pueden volar en la estación cálida. «En nuestra región, las abejas tienen buenas condiciones, porque los agricultores no rocían tantos pesticidas y cortan las praderas con poca frecuencia», explica Josef Wechsler.

Una o dos veces en la semana, el apicultor visita sus colmenas y verifica que las abejas se sientan bien. También echa un ojo a lo que sucede alrededor de las colmenas. «Tengo este pasatiempo porque paseo mucho en la naturaleza y, por ejemplo, observo de cerca la primavera cuando ya está floreciendo», dice Josef Wechsler.

Así como encuentran mucha comida en el área desde la primavera hasta el otoño, las abejas necesitan recurrir a sus provisiones en la estación fría. Si no son suficientes, Josef Wechsler ayuda a las abejas con agua azucarada durante el invierno. Antes de la época de floración de primavera, también se les coloca una masa alimenticia especial de azúcar de flores en polvo, lo que las hace fuertes para la próxima temporada.

A pesar de que Josef Wechsler les deja a las abejas suficientes alimentos para ellas y sus descendientes en el panal, los colectores dili-



## Abejas melíferas

Los humanos han estado usando abejas durante varios milenios. Después del ganado y los cerdos, se les considera el tercer animal de granja más importante. Porque polinizan la gran mayoría de los cultivos. Un requisito previo para la producción de frutas, verduras y otros alimentos. Además, son proveedoras de productos apreciados, especialmente miel, pero también cera de abejas o propóleos, que se consideran antiinflamatorios, entre otras cosas.

Dependiendo de la raza y la estación, una colonia de abejas puede tener entre 10,000 y más de 70,000 abejas. Junto a la reina, que es la única que pone huevos, se encuentran principalmente las obreras, todas conforman el estado. De abril a junio también crecen los zánganos machos, cuya principal tarea es fertilizar a la reina.



gentes también le proporcionan un miel delicioso de flores y de bosque año tras año. «Cuánto cuesta eso, es un secreto bien guardado entre nosotros los apicultores», dice el empleado de Bell con una sonrisa. Su «Miel de Luthern» es, en muchos casos, popular entre amigos y conocidos, así como entre empresas de la región que usan la miel noble, por ejemplo, como regalo para sus clientes.

Aunque se protege de la cabeza a los pies antes de visitar a sus protegidas, de vez en cuando le pican. Después de todo, la «abeja negra» es una especie de picada alegre. «Las picadas son inofensivas. No he tenido una mala experiencia todavía», dice el apicultor. Después de todo, él sabe exactamente cuándo debe prestar atención: «Especialmente si las abejas se sienten amenazadas o si el clima es malo, allí debes estar en guardia.» • *mr*

**“En nuestra región las abejas encuentran buenas condiciones.”**



# Aniversarios

LOOK! felicita a los participantes en el aniversario de junio a agosto de 2018

Bell Suiza

## 20 años de servicio

**Andre Anker**, 1. Junio, Bell, Oensingen  
**Saban Kerimi**, 1. Junio, Bell, Basilea  
**Maria de Fatima Marques de Oliveira**, 1. Junio, Bell, Zell  
**Lingathas Thangavelayutham**, 2. Junio, Bell, Zell  
**Ramazan Dervisoski**, 10. Junio, Bell, Zell  
**Maria Fernandes**, 15. Junio, Bell, Zell  
**Mark Ransi**, 15. Junio, Bell, Zell  
**Frédéric Karth**, 29. Junio, Bell, Cheseaux  
**Yannick Henaph**, 1. Julio, Bell, Basilea  
**Uthayakumar Kanagasingam**, 1. Julio, Bell, Zell  
**Sarathadevi Jayarajan**, 2. Julio, Bell, Zell  
**Sasa Filipovic**, 13. Julio, Bell, Oensingen  
**Micha Roth**, 13. Julio, Bell, Basilea  
**Michaela Wüthrich**, 14. Julio, Bell, Basilea  
**Bernard Gillmann**, 20. Julio, Bell, Basilea  
**Lud Marleku**, 20. Julio, Bell, Zell  
**Renate Griner**, 1. Agosto, Bell, Basilea  
**Joseph Koenig**, 1. Agosto, Bell, Basilea  
**Christophe Wassermann**, 3. Agosto, Bell, Basilea  
**Sandra Böhm**, 7. Agosto, Bell, Basilea  
**Christian Foltz**, 10. Agosto, Bell, Basilea  
**Landrit Ibrahim**, 31. Agosto, Bell, Oensingen

## 25 años de servicio

**Veysel Cicek**, 1. Junio, Bell, Basilea  
**Thierry Girardin**, 1. Junio, Bell, Cheseaux  
**Isabel Sofia Azevedo Saraiva Da Silva**, 14. Junio, Bell, Zell  
**Denise Bieli**, 16. Junio, Bell, Oensingen  
**Martin Lujic**, 1. Julio, Bell, Zell  
**Marcel Jordi**, 5. Julio, Bell, Zell  
**Dominique Bornèque**, 19. Julio, Bell, Oensingen  
**Fabienne Donelli**, 19. Julio, Bell, Basilea

## 30 años de servicio

**Lulzim Shabiji**, 6. Junio, Bell, Basilea  
**Alain Ziegler**, 21. Junio, Bell, Basilea  
**Peter Kunimuench**, 1. Julio, Bell, Basilea  
**José-Manuel Seabra**, 11. Julio, Bell, Basilea  
**Simone Hertrich**, 12. Julio, Bell, Basilea  
**Walter Arnold**, 1. Agosto, Bell, Zell  
**Dominique Firmin**, 1. Agosto, Bell, Basilea  
**Doris Ignaczak**, 1. Agosto, Bell, Basilea  
**Christian Peter**, 8. Agosto, Bell, Basilea  
**Thierry Viron**, 8. Agosto, Bell, Basilea

## 45 años de servicio

**François Jaegly**, 2. Julio, Bell, Basilea

## Pensiones anticipadas (suplemento)

**Jean-Jacques Frantz**, 31. Marzo, Bell, Basilea  
**Dominique Stehlin**, 31. Marzo, Bell, Basilea  
**Hasan Uenluepe**, 30. Abril, Bell, Basilea  
**Pascal Musch**, 31. Mayo, Bell, Basilea

## Pensiones anticipadas

**Mahi Balaj**, 30. Junio, Bell, Oensingen  
**Lothar Magnus**, 30. Junio, Bell, Basilea  
**Hans-Jörg Hochuli**, 31. Julio, Bell, Oensingen  
**Bahri Nebihi**, 31. Julio, Bell, Oensingen  
**Zef Palushaj**, 31. Agosto, Bell, Zell

## Pensionistas

**Víctor Montes**, 30. Junio, Bell, Oensingen  
**Berta Hodel**, 31. Julio, Bell, Zell  
**Roland Ichtters**, 31. Julio, Bell, Basilea  
**Sadik Menes**, 31. Julio, Bell, Basilea

## Casos de muerte

**Isabelle Strohmeier**, 2. Febrero, Bell, Basilea  
**Benno Schär**, 13. Febrero, Bell, Zell  
**Marcel Imboden**, 21. Febrero, Bell, Oensingen

Eisberg

## 20 años de servicio

**Marek Bagiński**, 1. Junio, Eisberg Polonia, Lengnica  
**Mirivete Miftaraj-Sopi**, 17. Junio, Eisberg, Dänikon  
**Julio Martinez**, 1. Julio, Gastrostar, Dällikon

## 25 años de servicio

**Silvana Vella-Tufo**, 17. Junio, Gastrostar, Dällikon

## 40 años de servicio

**Alberto Joaquim Guerreiro**, 1. Junio, Gastrostar, Dällikon

## Pensión

**Eugenia Bordei**, 1. Junio, Eisberg Rumanía, Pantelimon, Ilfov

Hilcona

## 20 años de servicio

**Anton Krasniqi**, 1. Junio, Hilcona, Schaan  
**Carlos Carvalho Miranda**, 1. Julio, Hilcona, Schaan  
**Belinda Caser**, 13. Julio, Hilcona, Schaan  
**Ana Sofia Duarte Mendes**, 28. Julio, Hilcona, Schaan  
**Alexander Gugele**, 1. Agosto, Hilcona, Schaan  
**Thomas Walser**, 1. Agosto, Hilcona, Schaan

## 25 años de servicio

**Manuel Fernandez Pereira**, 1. Junio, Hilcona, Schaan  
**Nathalie Ory**, 16. Agosto, Hilcona Gourmet, Orbe

## 30 años de servicio

**Peter Keckeis**, 20. Junio, Hilcona, Schaan

Puede encontrar la oferta de empleo actual en:  
[bellfoodgroup.com/karriere](http://bellfoodgroup.com/karriere)

## Bell Alemania

En los aniversarios de Bell Alemania, ocurrió un error en el último número. Por ello pedimos disculpas. Por este motivo, los aniversarios correctos se enumeran nuevamente en esta edición. • **La Redacción LOOK!**

### 20 años de servicio

**Carola Röss**, 2 marzo, Bell, Suhl  
**Rita de Vries**, 16 marzo, Bell, Harkebrügge  
**Tanja Heselmeyer**, 23 marzo, Bell, Harkebrügge  
**Luise Just**, 1 abril, Bell, Börger  
**Torsten Kühlers**, 1 abril, Bell, Harkebrügge  
**Waldemar Wernergold**, 15 abril, Bell, Bad Wünnenberg  
**Alex Reisch**, 1 mayo, Bell, Börger  
**Holger Materne**, 11 mayo, Bell, Harkebrügge  
**Alexander Steinhauer**, 18 mayo, Bell, Edewecht  
**Woldemar Falkenberg**, 25 mayo, Bell, Bad Wünnenberg  
**Jens Krämer**, 15 junio, Bell, Suhl  
**Olga Stoll**, 1 agosto, Bell, Harkebrügge  
**Emma Bertram**, 1 agosto, Bell, Harkebrügge  
**Tatjana Schulz**, 1 agosto, Bell, Börger

### 25 años de servicio

**Petra Teubner**, 5 abril, Bell, Suhl  
**Waldemar Quast**, 13 abril, Bell, Bad Wünnenberg  
**Ines Hegler**, 27 abril, Bell, Suhl  
**Olga Herner**, 5 mayo, Bell, Harkebrügge  
**Elisabeth Remche**, 5 mayo, Bell, Harkebrügge  
**Viktor Remche**, 5 mayo, Bell, Harkebrügge  
**Ferzan Agirman**, 10 mayo, Bell, Harkebrügge  
**Werner Jungsthöfel**, 17 mayo, Bell, Harkebrügge  
**Petra Schlegel**, 17 mayo, Bell, Suhl  
**Martina Krebs**, 24 mayo, Bell, Suhl  
**Petra Schmidt**, 24 mayo, Bell, Suhl  
**Frank Büchner**, 14 junio, Bell, Suhl  
**Martina Schulz**, 1 julio, Bell, Seevetal

### 30 años de servicio

**Helmut Eden**, 5 abril, Bell, Edewecht  
**Gerhard Köller**, 8 abril, Bell, Harkebrügge

### 35 años de servicio

**Monika Bieling**, 5 abril, Bell, Börger  
**Ewald Brinkmann**, 5 abril, Bell, Edewecht  
**Alfred Czombera**, 6 junio, Bell, Edewecht

## Bell Internacional

### 20 años de servicio (suplemento)

**Miklós Fodor**, 1 mayo, Bell Hungría, Perbál  
**Zoltán Fodor**, 1 mayo, Bell Hungría, Perbál  
**István Kovács**, 1 mayo, Bell Hungría, Perbál  
**Árpád Nagy**, 1 mayo, Bell Hungría, Perbál  
**Imre Molnár**, 4 mayo, Bell Hungría, Perbál

### 20 años de servicio

**Paula Winkler**, 1 junio, Hubers Landhendl, Pfaffstätt  
**Alexander von Bothmer**, 1 julio, Hügli Alemania, Radolfzell  
**Reiner Brodersen**, 1 julio, Hügli Alemania, Radolfzell  
**Roman Konrad**, 13 julio, Hügli Suiza, Steinach  
**Martin Krutzler**, 19 julio, Hügli Austria, Hard  
**Christelle Blanchard**, 1 agosto, Bell Francia, Val de Lyon  
**Kerry Dipple**, 10 agosto, Hügli UK, Redditch  
**Montserrat Bonnard**, 22 agosto, Bell Francia, Val de Lyon

### 25 años de servicio

**Gerhard Gann**, 1 junio, Frisch Express, Pfaffstätt  
**Alexander Walter**, 1 junio, Hügli Alemania, Radolfzell  
**Cornelia Bentele**, 28 junio, Hügli Austria, Hard  
**Cornelia Winterle**, 5 julio, Hügli Alemania, Radolfzell  
**Veronika Borowicz**, 20 julio, Hügli Alemania, Radolfzell  
**Franca Masorgo-Pinnero**, 27 julio, Hügli Alemania, Radolfzell  
**Wolfgang Mayrhofer**, 1 agosto, Hügli Austria, Hard  
**Susanne Zimmermann**, 3 agosto, Hügli Alemania, Radolfzell

### 30 años de servicio

**Robert Pichler**, 1 junio, Frisch Express, Pfaffstätt  
**Karin Konold**, 1 julio, Hügli Alemania, Langenhaslach  
**Nicolás Montoya Domínguez**, 1 julio, Hügli España, La Vall d'Uixó  
**Debbie Newmann**, 11 julio, Hügli R.U., Redditch  
**Jean-Jacques Ott**, 1 agosto, Hügli Suiza, Steinach  
**Marie-Cecile Ligeon**, 8 agosto, Bell Francia, Maison de Savoie

### 40 años de servicio

**Barbara Schiaffo**, 20 julio, Hügli Alemania, Radolfzell

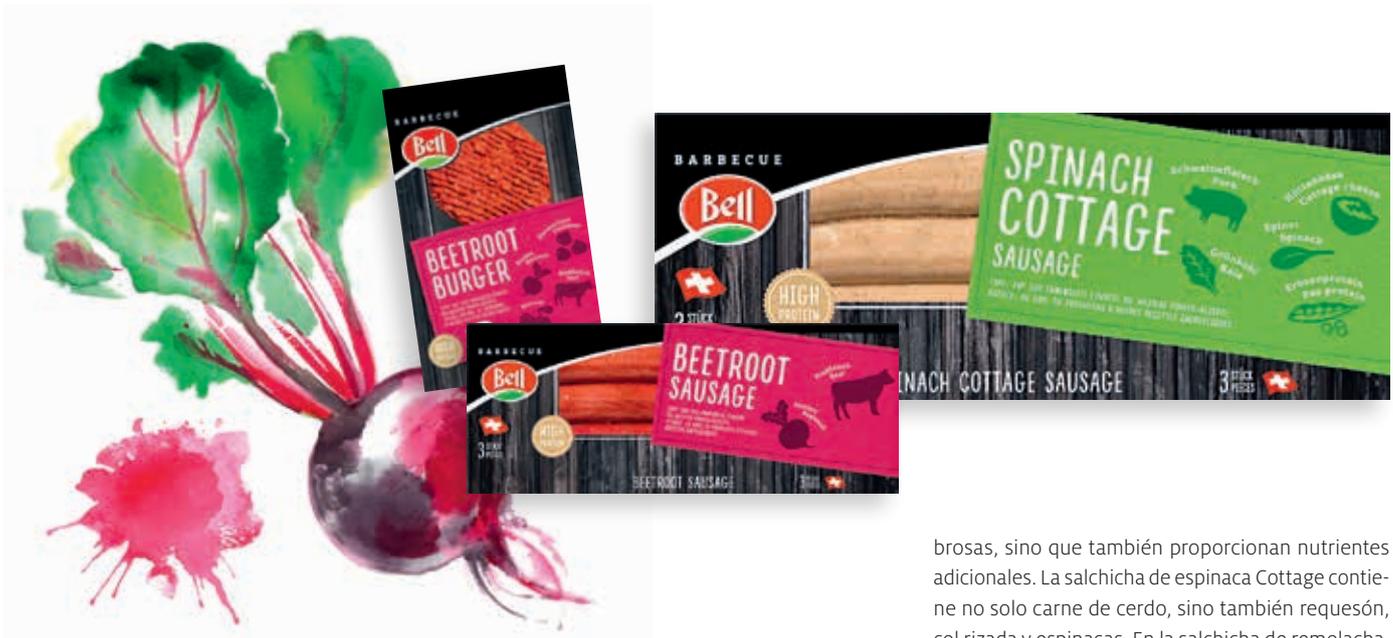
### Pensión

**Vlasta Staňková**, 10 agosto, Hügli Chechenia, Zásmyky

Las tendencias de barbacoa del año

# AHORA LOS CARBONES PUEDEN BRILLAR DE NUEVO

¿Fetichista de la carne? ¿Gurú vegetal? Este verano, ambas facciones pueden pagar sus costes. Ya sea como guarnición crujiente o directamente como ingrediente en salchichas y hamburguesas, la verdura está en pleno apogeo en esta temporada de barbacoa. Las novedades de Bell Food Group lo demuestran muchas veces y proporcionan una gran cantidad de sabor y fuerza extra.



## Nuevas creaciones de carne fuerte de Bell Suiza.

### Trío de colores para la tarde de barbacoa

Salchicha de espinaca Cottage, salchicha de remolacha y hamburguesa de remolacha – éstas son las nuevas creaciones de carne de Bell Suiza. Además de la mejor carne en cada uno de estos paquetes de fuerza están los ingredientes Powerfood, que no solo hacen que las tres novedades sean súper sa-

brosas, sino que también proporcionan nutrientes adicionales. La salchicha de espinaca Cottage contiene no solo carne de cerdo, sino también requesón, col rizada y espinacas. En la salchicha de remolacha, además de la carne de res, también hay remolacha. Y la hamburguesa de remolacha combina carne con garbanzos y también con remolacha. La nueva línea, que se lanzó en los supermercados suizos en abril, tiene un aspecto elegante gratis: ¿una salchicha verde? ¿una hamburguesa roja? Perfectas para todos los fanáticos de la barbacoa colorida.



### Disfrute crujiente para personas de decisiones rápidas

¿Todos deben traer sus propios ingredientes para una barbacoa espontánea en el lago? Gastro Star asegura con una nueva colección de ensaladas que las vitaminas no falten. Junto con la conocida marca de comida suiza Betty Bossi, los expertos en ensaladas han desarrollado cinco deliciosas creaciones que están disponibles en Coop de Suiza y Liechtenstein desde abril: «Cottage Cheese & Chicken», «Asian Salad», «Greek Style Salad», «Cuscús oriental» y «Vegi Bowl». Además de las mezclas coloridas de ensaladas y verduras, las fuentes también contienen ingredientes como tiras de queso o pollo, y el aderezo adecuado. Esto hace que sea fácil tener listo en un momento no solo un plato crujiente para la fiesta de barbacoa, sino también un almuerzo ligero para la pausa del almuerzo.

### Gran escenario para salchichas pequeñas

Bell Francia usa la temporada de barbacoa para llevar una especialidad regional a todo el país. Las «Mini Diots BBQ» son pequeñas versiones de la popular salchicha saboyana «Diot». Los clientes en Francia pueden elegir entre cuatro versiones con especias veraniegas: con hierbas, como chorizo, con pimienta de Espelette y como mezcla con variantes natural, ahumada, con repollo y con puerros y espinacas. Las bolas de salchicha se colocan simplemente en los palitos de madera provistos. Para los que les gusta variar, existe la posibilidad de colocar varias

clases y tal vez incluso otros ingredientes como cebollas o pimientos. 15 a 20 minutos en la parrilla y los Minis de los Alpes se convierten en las estrellas de la parrilla del verano.



### Lo mejor de dos mundos

Cross-Kitchen también funciona en la parrilla. Como con la mejor carne francesa entre el pan de hamburguesas estadounidenses. Bell Alemania llama su novedad con carne particularmente tierna y aromática de ganado Charolais francés «Le French Burger». La carne picada está hecha al estilo del «filete haché» sin sazonar y con una forma muy suelta. Bell Alemania comercializa esta especialidad exclusiva del congelador desde abril bajo la marca Gourmet naturel. Kross a la parrilla y apilado con tiras de tocino, queso, salsas y ensalada entre los panes, se convierte en el mejor disfrute de hamburguesas multiculturales.

### No hay nada más picante

Con innovaciones en barbacoa para restauradores y consumidores finales, Hügli proporciona un sabor extra en la estación de la barbacoa. La gama «Stein's Best» fue desarrollada por cocineros para cocineros y consiste en diversas salsas a la parrilla, rubs (granos) de moda y un sofisticado booster (potenciador), que se disuelve en líquido y se inyecta directamente en la carne. Para los cocineros en la barbacoa casera, Hügli también ofrece desde abril, como promoción en una gran tienda alemana de descuentos, una gama de productos fijos para adobos y salsas. Las mezclas de especias para adobos se mezclan con aceite, para las salsas los clientes también necesitan yogur natural, crema fresca o crema agria. Ya sea que se trate de un chef profesional o de un aficionado, con las dos novedades de Hügli, nada se opone a una creativa temporada de barbacoa. • mr





Recetas de sándwich a la barbacoa

# ¿SÁNDWICH? !Mejor a la parrilla!

*Rápido, fácil y muy distinto – LOOK! presenta ideas para sándwiches a la parrilla. Comienza por imitar, después ¡desarrolla a tu gusto!*

John Montagu fue, a diferencia de su noble título «IV Conde de Sandwich», supuestamente un hombre pobre. Financieramente se puede decir que no dormía en un lecho de rosas, y trabajaba constantemente para lograr de alguna manera subsistir. Tenía poco tiempo y poca comida, así que se le ocurrió, para aprovechar las sobras, colocar las mismas (normalmente carnes) entre dos rebanadas de pan, así no perdía tiempo con las comidas. Si hubiese sabido que su nombre algún día sería famoso en

todo el mundo, bueno, no habría sido de gran ayuda, pero tal vez sí un pequeño consuelo. Al menos.

Pero una cosa es cierta: Si John Montagu hubiera tenido una barbacoa, al menos los domingos, se habría dedicado con devoción a elaborar su plato favorito a la parrilla, no sólo rellenando un par de rebanadas de pan. Porque incluso los sándwiches, a la parrilla simplemente saben mejor.

Es por eso que presentamos dos apetitosas ideas de sándwiches para ser preparados a la parrilla. Y, por muy diferentes que sean, las dos recetas tienen una cosa en común: ¡son extremadamente deliciosas! • *Michael Martin, Editor de la revista GRILL & CHILL*

## Solomillo o lomo de ternera en pan Mini-Pagnol con salsa tártara y pimiento Peppadews

Suena sofisticado y no lo es tanto.  
Para una ración se necesita:

- 1 bollo de pan Mini-Pagnol (fresco o congelado)
- 2 filetes finos de solomillo o lomo de ternera (cada uno de aproximadamente 75 g)
- Marinada (3 cucharadas de aceite de oliva, hierbas provenzales y un poco de mostaza)
- 4 cucharadas de salsa tártara
- 6 Peppadews (pimientos silvestres envasados)
- 2 cucharadas de mantequilla líquida
- Perejil para la decoración

Mezclar los ingredientes para la marinada y agregar a los filetes, dejar reposar aproximadamente durante 30 minutos. Cortar los bollos de Mini-Pagnol y rociar el interior con mantequilla líquida. Deshojar el perejil y cortar los Peppadews en tiras. Asar en la parrilla los filetes a aproximadamente 200 °C durante 1 minuto por cada lado; asar también la cara interna del pan. Untar el interior del pan con 2 cucharadas de salsa tártara, sacar los filetes, colocarlos en el pan y cubrirlos con perejil y Peppadew. Untar la otra mitad del pan con salsa tártara, colocar como tapa sobre la carne y cortar el pan en el medio.

Los Peppadews proporcionan un golpe de sabor extra al sándwich. Crujiente en la mordida, con una picada corta y ardiente y una gota dulce, los frutos del pimiento silvestre son una verdadera experiencia para las papilas gustativas y visualmente una delicia. No sólo son adecuados para ensaladas, raclettes y pizzas, sino que también son perfectos para sándwiches.



## Pan de pita con pollo oriental y puré de garbanzos

Un sándwich particularmente aromático.  
Para una ración se necesita:

- 1 pan de pita
- 1 pechuga de pollo (sin el hueso central), dividida por la mitad
- Marinada (3 cucharadas de aceite de girasol, mezcla de especias Ras el Hanout, semillas de cilantro y pimiento rojo, aplastado grueso)
- 4 cucharadas de Hummus de garbanzos (puré de garbanzo natural y/o como una variante, con remolacha; está disponible en tiendas especializadas)
- 2 cucharadas de yogurt natural
- Jugo de limón
- Duca (mezcla de especias de Etiopía; también funciona sin esto)
- 2 cucharadas de mantequilla líquida
- Sal, pimienta roja
- Salsa de chile (p. e. Baergfeuer)
- Hojas de cilantro

Mezclar los ingredientes para la marinada y remojar las mitades de las pechugas de pollo, dejar reposar durante 30 minutos. Cortar el pan de pita por la mitad y untar ambas partes con la mantequilla líquida. Colocar las mitades de pechuga de pollo en la parrilla a unos 185 °C por 4 minutos por lado; asar ligeramente el pan de Pita por la cara con mantequilla. Luego, regar 2 cucharadas de crema de garbanzos en la mitad inferior del pan, cubrir con la pechuga. Sazonar ligeramente el yogur con jugo de limón, pimienta roja, si está disponible duca y salsa de chile, luego verter sobre el pollo; lo mismo vale para el cilantro cortado. Coloque también crema de garbanzos en la otra mitad del pan de pita, termine el sándwich y córtelo por la mitad.



Bell BBQ Single Masters

## ¿Quién será Burger-Meister?

Este año el Bell BBQ Masters gira totalmente en torno a la hamburguesa. Las clasificaciones previas van a toda marcha. El ganador se puede alegrar de ser galardonado a principios de septiembre con un viaje a EEUU.

¿Quién crea la Burger definitiva? El jurado debe responder a esta pregunta cada vez de nuevo en las pruebas preliminares desde fines de abril para el premio Bell BBQ Single Masters. El lema de este año es «Barbecue für Macher» (Barbacoa para creadores). La tarea para los próximos «Burger-Meister»: una hamburguesa para preparar con suplementos de la cesta de la compra. Para el ingrediente principal los participantes pueden elegir entre vacuno biológico o carne de cerdo biológica de Bell.

Quien desea participar, simplemente puede asistir a los actuales eventos para demostrar sus conocimientos en la parrilla. Como pequeño estímulo cada participante obtiene entre otros una prensa para hamburguesas. Además, los precios atractivos esperan también a los espectadores. Asimismo las Bell-Goodies (artículos de Bell) como la popular toalla de baño también de Speck-Optic.

El final tiene lugar junto con el Campeonato Suizo para aficionados y profesionales el 1 y 2 de septiembre en beef.ch en la ciudad de Wil. A este evento están también invitados los aficionados a la parrilla y colaboradores de Bell. Los favoritos de las rondas preliminares vuelven a intentar conquistar al jurado con sus ideas de la parrilla. El ganador no solo mantiene en sus manos la ansiada salchicha dorada en las escaleras del vencedor. También emprende un viaje acompañado recorriendo parrillas en los EEUU.

El evento Bell BBQ Single Masters tiene lugar este año por sexta vez. Como patrocinador la responsabilidad de 2018 también recae en Bell. La empresa muestra una vez más, que su compromiso en el tema de las parrillas va más allá de la oferta de productos para parrillas. • *mr*

Vínculo:  
[www.bbq-singlemasters.ch](http://www.bbq-singlemasters.ch)

«Die Promi Griller» de Bell

## El duelo más caliente de Suiza

Ahora cientos de miles de suizos miran la tele los jueves por la tarde. La razón: en el canal Sat.1 de Suiza, es la próxima temporada de «Die Promi Griller».

Dos famosos, una caja con ingredientes, una parrilla y una hora de tiempo. También en la sexta temporada del programa de culto «Die Promi Griller» se aplican las mismas reglas de los años anteriores. Nuevos son naturalmente los famosos que compiten para conseguir al fin como trofeo la salchicha dorada Cervelat. Para ilustrar la ronda esta vez tenemos entre otros al cantante pop Mundart Trauffer, a la leyenda del esquí Brigitte Oertli y a la artista burlesca Zoe Scarlett. Su propósito: aventajar al adversario y convencer al jurado de sus capacidades con la pinza de la parrilla.

Y también en este trío hay una nueva ocupación este año: la conocida cocinera, autora de un recetario y gastronoma Meta Hiltbrand está sentada en la mesa de evaluación desde ahora mismo. Junto con la leyenda de los pilotos de trineos de carreras Hausi Leutenegger y el estilista Clifford Lilley adjudica los puntos para las creaciones parrilleras de las estrellas. Igualmente de nuevo está el jefe de parrilla Freddy Camerer, que ayuda a los actores a salir del lío cuando algo no sale bien, y en cada duelo está al lado durante un minuto con consejos.

«La serie es para nosotros una medida de acompañamiento importante para nuestra campaña» explica Micha Roth, director del proyecto Marketing Services de Bell. «Por eso llegamos a un público más amplio que se interesa por el tema de las parrillas, lejos de la publicidad clásica.»

La nueva temporada de «DIE Promi Griller» empezará a final de junio. Hasta el final de agosto son en total nueve capítulos los jueves a las 19.55 horas que se verán en el canal Sat.1 de Suiza. • *mr*



Vínculo:  
[www.diepromigriller.ch](http://www.diepromigriller.ch)

Novedades de Hilcona para el placer consciente «To Go»

# Placer fresco para el camino

*Cada día más personas comen fuera de casa y aprecian más la frescura, la alta calidad y los ingredientes sanos. Tendencia retomada por Hilcona, con novedades de productos atractivos. Con «Hilcona Plus» hay ahora en Suiza un surtido fresco para el disfrute consciente. En Alemania la nueva Hilcona apoya la gama «To Go» de estilo de vida actual con atractivos productos del estante refrigerado listos para comer y listos para calentar.*

Viveres de alta calidad que apoyan la tendencia de una alimentación consciente y al mismo tiempo impulsan el hambre y la sed sin complicaciones en la oficina o en el ocio. Con «Hilcona Plus» los expertos en frescura de Suiza han introducido un surtido nuevo que se corresponde exactamente con este estilo de vida activo de los consumidores.

«Hilcona Water» es la innovación de «Hilcona Plus». Detrás se esconde la combinación de agua sin gas, frutas frescas y hierbas. Con «Hilcona Water» Hilcona trae una generación nueva de frescura que se aparta de los refrescos clásicos del estante de bebidas. Los cuatro tipos, totalmente sin azúcar y calorías, están disponibles en los estantes refrigerados de muchos quioscos, estaciones y gasolineras desde principios de junio. Así que el placer y el refresco están de camino.

Consumidores conscientes de la alimentación desean cada vez más productos con alto contenido de proteína. El sándwich «High Protein» (alta proteína), las ensaladas con atún, pollo o el Müesli de Quinoa ofrecen un aperitivo con una ración extra de clara de huevo a cada hora del día.

Con «Superfood» (supercomida) como remolacha, bayas Goji o semillas Chia, Wraps y sándwiches frescos siempre hay un efecto de sorpresa. Hay un surtido ex-



citante desde pollo hasta queso con su alto contenido de nutrientes para tener fuerza adicional.

Hilcona «To Go» hace que los clientes alemanes tengan placer sin compromisos desde mayo. El nuevo surtido fresco consiste por una parte en productos listos para comer, que se pueden consumir sin más preparación debido a los «Göffels» suministrados, una combinación de tenedor y cuchara. Los comedores sanos pueden elegir entre diferentes pastas, ensaladas, creaciones de ensalada y variantes de Müesli como desayuno o para comer entre comidas.

Si debe ser una comida caliente, tiene la gama de comida lista para calentar. Las comidas de pasta con salsa, verdura, según el tipo, se pre-

paran en el microondas o en la sartén en un momento. Típico para Hilcona: el surtido completo se caracteriza por los ingredientes frescos, crujientes y no contiene saborizantes, conservantes ni aromas adicionales. La fabricación, con su aspecto de hecho a mano, transmite el casticismo y la autenticidad que buscan los consumidores de precocinados. • mr



**El placer de la frescura “como hecho en casa” está de moda.**

El Concours Générale Agricole en Francia

# Productos Excelentes

Cada año, la Cámara de Agricultura Francesa expone en el famoso Concours Générale Agricole en París, productos franceses de alta calidad. Desde 2015, Bell France ha podido llevarse a casa al menos una medalla por año, afirmando la calidad y el buen gusto de los productos de Bell France.

En el Concours Générale Agricole de 2018, una vez más, Bell France confirmó la excelente calidad de sus productos, y lo ha logrado en dos oportunidades: «El salchichón seco de Saboya elaborado a la antigua» ha obtenido del jurado una medalla de bronce y «El jamón seco superior de Saboya» incluso fue galardonado con oro.

No es la primera vez que los productos de Bell France son premiados en el Concours Générale Agricole. Cada año desde el 2015, al menos un producto ha recibido el codiciado premio de la Cámara de Agricultura Francesa, un premio de prestigio.

«Estamos muy orgullosos de tener productos galardonados cada año», explica Marguerite Martin, Gerente de Producto de Bell France. «Habla de la sobresaliente calidad de nuestros productos y el alto nivel de nuestra producción.»

Los productos excelentes pueden llevar la medalla en el empaque por un año. El sello con la hoja de roble en oro, plata o bronce ofrece a los consumidores una orientación va-

liosa. Cada año, más del 50 por ciento de la población francesa consumen al menos un producto galardonado en el Concours Générale Agricole.

«Las medallas también juegan un papel importante en el comercio minorista», continúa Marguerite Martin. «Son un criterio importante para distinguirnos de nuestros competidores. Por lo tanto, al participar, nos enfocamos en productos que son estratégicamente importantes para nosotros.»

El Concours Générale Agricole premia anualmente alimentos producidos del campo en 26 categorías. Los productos deben cumplir una variedad de criterios para ser elegibles para la competencia. El enfoque se encuentra en el «Savoir-faire», es decir, la experiencia, y la tradición francesa.

Los productos son probados por medio de visitas no anunciadas a la producción por un representante de la Cámara Regional de Agricultura. Finalmente son examinados por un jurado integrado por 5000 expertos. • sh



Las medallas confirman el gran valor y la calidad de los productos.

