

LOOK!

Revista para los empleados de Bell Food Group

02 2023



**Tras las huellas
del placer**

BELL
FOOD
GROUP





Contenido

De la empresa

4 Novedades del Bell Food Group
Noticias breves

6 El siguiente paso en el camino hacia la cumbre
Inicio de la revisión del sistema TopX

8 Talentos internacionales con ganas de comerse el mundo
Participación en el START Global Event en St. Gallen

Nuestro mundo del placer

10 Envueltos en humo
La historia se reescribe

14 Las estrellas del verano
El Bell Food Group invita a los nuevos deliciosos estrenos

Artículo

16 Tras las huellas del placer
De la idea a la sorpresa

Sostenibilidad e innovación

24 El día a día digital
Microsoft Teams y my Bell Food Group

28 Menos desperdicio de alimentos, más amor al prójimo
Cinco consejos prácticos para el hogar

Personal

30 «Entonces no existían los móviles ni los ordenadores.»
Aniversarios y jubilaciones de julio a septiembre de 2023

Trabajando en Bell Food Group

34 Puro teatro
Formación para el personal directivo sobre la gestión de bajas y reincorporaciones

Comentarios y sorteo

36 ¿Qué es lo que más le ha gustado?
¡Su opinión puede tener premio!

También puede suscribirse online, leer o descargar LOOK! en look.bellfoodgroup.com

Pie de imprenta Revista para empleados y empleadas del Bell Food Group, 4 números al año, n.º 2/2023, junio de 2023, año 29.
Edita: Bell Food Group AG, Elsässerstrasse 174, 4056 Basel, Suiza. Dirección: Bell Schweiz AG, Redaktion LOOK!, Postfach 2356, 4002 Basel, Suiza. Tel. +41 58 326 2447, look@bellfoodgroup.com, www.bellfoodgroup.com. Redacción: Sara Heiniger (sh), dirección. Apoyo editorial: Michaela Rosenbaum (mr), Adrian Portmann (ap).
Fotos: Frank van Delft, Hertogenbosch (NL): Foto de portada y p. 23; Korak Leu AG, Riehen (CH): P. 10-13; Mathis Fotografie, Hohenems (AT): P. 16; Philipp Jeker, Zürich (CH): P. 19; Mark Niedermann, Riehen (CH): P. 34-35. Diseño: oblografik, Olten, Suiza. Edición de imágenes: Proacteam AG, Allschwil, Suiza.
Impresión: SWS Medien AG PriMedia, Sursee, Suiza. Impreso en papel FSC.
Cambios de dirección: dirjase a su oficina de RR. HH. competente o al departamento de personal.

El manual de la lavadora no crea recuerdos

Estimados empleados, estimadas empleadas:

Trabajamos en el mejor sector del mundo. Y es que, como empresa, es maravilloso poder complacer a los demás. Con nuestros productos, acompañamos a la gente día tras día. Empezamos la jornada juntos con el desayuno, nos tomamos un pequeño descanso durante la comida y despedimos el día con una buena cena. De una forma u otra, cada uno de nuestros productos proporciona un momento de placer a alguien, pues en nuestro amplio y variado surtido siempre hay algo para todo el mundo. Con ello, nos movemos en el centro de sus vidas.

Y es que una buena comida es mucho más que la simple ingesta de alimentos. La buena comida despierta emociones y crea recuerdos. En mi caso, cuando pienso en determinadas personas, me vienen a la mente automáticamente determinados alimentos o platos que asocio con ellas. A mi padre, por ejemplo, le encantaban las cebollas en sal, mientras que mi hermano era un amante de los «Gnagi», los tradicionales pies de cerdo en salmuera suizos. Por otro lado, los pasteles de mi madre eran los protagonistas de las celebraciones familiares.

La buena comida despierta emociones y crea recuerdos.

Personalmente, sigo haciendo el pastel de chocolate según su receta. La tengo tan interiorizada y optimizada que solo tarda doce minutos en ponerla al horno a 180 grados, y al cabo de 45 minutos está lista para servir. Estoy convencido de que el sabor sigue siendo el mismo que cuando la preparaba mi madre.

La buena comida logra unir familias y personas a lo largo de las generaciones, algo que pocas cosas lo logran. Nadie lega a sus hijos el manual de la lavadora, pero las

recetas de la familia pasan de abuelos a hijos y de hijos a nietos. A través de los alimentos, la buena comida crea un vínculo emocional con las personas y es, con ello, un elemento importante de los recuerdos, las historias o incluso el elemento central de una comunidad.

Comer algo con placer puede ser el momento estelar del día. Y, por contra, un bistec duro, una pasta salada o una vinagreta agriada nos puede arruinar la velada. Por eso tenemos que hacer bien nuestro trabajo. Es nuestra responsabilidad elaborar buenos alimentos.

Una responsabilidad que hemos incorporado en nuestra estrategia: queremos que nuestros productos sean los mejores. Y todos nosotros podemos contribuir a este objetivo, poniéndonos a prueba una y otra vez y centrando toda nuestra atención en el placer y la calidad de nuestros productos. Cuando los consumidores y las consumidoras de nuestros productos están satisfechos, nosotros estamos satisfechos. Porque nos proporciona estabilidad económica, pero también porque nos llena de orgullo por nuestro trabajo y nuestros oficios.

Lorenz Wyss
Presidente de la Dirección del grupo



Noticias breves

NOVEDADES DEL BELL FOOD GROUP



Hilcona recibe el premio al mejor envase «WorldStar»

Hilcona recibió el reconocido galardón «WorldStar», conocido también como el «Oscar of Packaging», para su bolsa estable apta para la pasteurización. Los de Liechtenstein han desarrollado esta novedad junto con los expertos en embalaje de Mondi para productos listos para el consumo del surtido de marca propia de Coop. La fabricación con un único material es, además, una alternativa sostenible a los envases multicapa no reciclables. • *mr*



Cifras récord en la INTERNORGA 2023

En la edición de este año de la feria INTERNORGA celebrada en Hamburgo, el Bell Food Group, presente con las marcas Bresc, Hilcona, Hügli, The Green Mountain y Vogeley, despertó gran interés. ¡Más de 700 contactos con clientes en cinco días! • *sh*



¡Más de 700 contactos con clientes en cinco días!



Medalla de oro para el Jambon sec de Savoie

Desde hace años, Bell Francia se encuentra con regularidad entre los galardonados del «Concours Général Agricole». Este año, el jamón seco de Savoie se alzó con la codiciada medalla de oro. Su aroma delicado, sabroso y afrutado convenció especialmente al jurado compuesto por expertos independientes. Las medallas del concurso agrícola son muy populares en Francia y se consideran un fuerte argumento de venta. • *mr*

Inicio de la revisión del sistema TopX

El siguiente paso en el camino hacia la cumbre

Tras la fase de introducción, TopX inicia la siguiente etapa en el Bell Food Group: los primeros centros están ya inmersos en la revisión del sistema. Durante esta fase, se analiza la puesta en práctica del proceso de mejora y se identifican medidas adicionales para el futuro.

Hace dos años y medio, el Bell Food Group emprendió la senda hacia la mejora continua con la introducción de TopX. Entretanto, numerosos centros han establecido el programa y muchos han alcanzado ya el primer o segundo hito.

Ahora, TopX entra en la siguiente fase: en el marco de la llamada revisión del sistema, se analiza y evalúa la implementación del proceso de mejoras mediante criterios definidos.

«Una revisión de sistema es un importante instrumento para evaluar el rendimiento de un sistema de producción», explica Marc Spanuth, coordinador de Top Excellence del Bell Food Group. «Muestra la madurez del sistema y las medidas necesarias para seguir mejorándolo».

Esta comprobación se programa en todos los centros al cabo de un año de alcanzar el segundo hito. Los primeros han sido Hilcona, en Schaan. El 15 de marzo de 2023, la planta de producción presentó sus mejoras y los éxitos obtenidos con ellas al auditor interno, Marc Spanuth, y al auditor de la consultoría externa ROIEFESO, Marino Della Pietra.

El resultado: la planta superó con nota la revisión del sistema y recibió reconocimiento por la consecuente puesta en marcha del programa TopX y por el enfoque en resultados medibles.

Los auditores destacaron especialmente la implementación estructurada de los proyectos concretos. Entre las posibilidades de mejora identificadas durante la revisión se incluyen, entre otras, un registro detallado de las pérdidas.

Schaan fue reconocido por los resultados ToX obtenidos hasta ahora.



Entretanto, otros centros productivos del grupo como Radolfzell, Steinach y Feldhof han dado también este importante paso en el camino de TopX.

En todos los centros, la revisión se desarrolla de la misma forma. En una fase previa, los responsables llevan a cabo una autoevaluación. El día de la revisión, el equipo muestra su sistema de producción a los auditores, que valoran su estado a partir de categorías generales como «Organización y objetivos», «Integración y capacitación de la organización» y «Resultados y ahorro». Cada categoría general tiene varios factores, que se valoran con ayuda de un sistema de puntos.

A partir de los resultados del análisis, se recomiendan actuaciones concretas para seguir

impulsando el proceso de mejora. El sistema se vuelve a revisar cada dos años.

«En total, el sistema de revisión contribuye a aumentar la eficiencia y calidad del sistema de producción y a prepararlo para retos futuros. Es, por tanto, una herramienta indispensable para mantener nuestra competitividad», añade Marc Spanuth. «Además, como parte de esta nueva fase de nuestro proceso de mejora, queremos crear aún más sinergias entre nuestros centros de producción y fomentar el intercambio de experiencias.» • *mr*

El sistema se revisa cada dos años.

Participación en el START Global Event en St. Gallen

Talentos internacionales con ganas de comerse el mundo

Más de 6000 participantes, más de 2000 hot dogs servidos, en torno a 1000 visitantes al stand y 500 hackers. En medio de todo eso: el Bell Food Group. Con un reto propio en la «Hackathon», incluso se logró dar el salto al escenario principal de este acontecimiento organizado por la Universidad de St. Gallen.

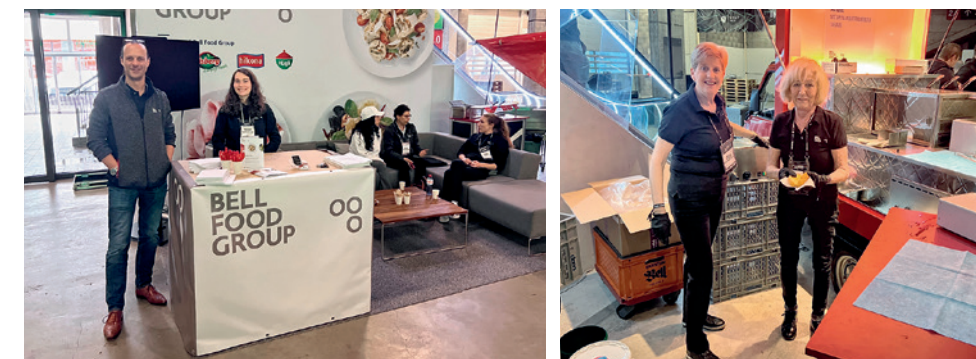
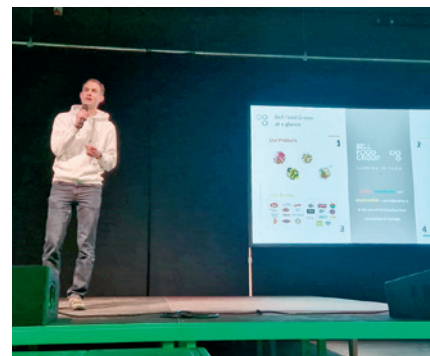
El equipo ganador, de España, junto con Sven Friedli. Después de 36 horas, presentaron la mejor solución para el challenge del Bell Food Group.



El equipo del Bell Food Group in situ (de izda. a dcha.): Sven Friedli, Maria Horvath, Markus Ettlin, Christine Kerwin, Anabelle Klusmann, Nora Hertzschuch y Clara Beltran



Los hackers presentan el resultado de 36 horas de planificación y programación.



Izquierda: Harry Bechler y Christine Kerwin en el stand del Bell Food Group. Arriba: Eliane Stocker y Monika Erbacher repartieron más de 2000 hot dogs.

Despertar el interés sobre el Bell Food Group y la industria alimentaria entre los talentos informáticos: este era el objetivo de la participación en el START Global Event celebrado del 22 al 24 de marzo en St. Gallen. START Global es una plataforma para el fomento de la colaboración entre la economía y la tecnología, impulsada por una asociación de estudiantes de la Universidad de St. Gallen.

Más de 6000 participantes procedentes de todo el mundo se reunieron durante tres días en el recinto ferial de St. Gallen. El Bell Food Group estuvo presente con un stand con sofás, un carrito de hot dogs y diez personas de Recursos Humanos, TI y el Outlet. «El ambiente era desenfadado, los jóvenes estaban llenos de energía, el trato era abierto y amable», así resume sus impresiones sobre el evento Eliane Stocker del Outlet de Bell en Basel. Junto con Monika Erbacher, repartió más de 2000 hot dogs entre los jóvenes. «Gracias a los hot dogs gratis y a nuestro challenge, al final del evento todos conocían el Bell Food Group», explica Sven Friedli, CIO del Bell Food Group.

Como patrocinador, el Bell Food Group podía ofrecer un reto para la «Hackathon», una competición para hackers y parte del evento. Se trataba de una tarea que los hackers participantes debían solucionar o programar en 36 horas. La del Bell Food Group consistía en desarrollar una aplicación que muestre a los empleados de forma lúdica su huella ecológica y les ayude a registrarla y mejorarla. Diez equipos de cuatro personas cada uno asumieron el reto y trabajaron casi de forma ininterrumpida en solucionarlo. «Una estudiante del equipo ganador solo durmió 1,5 horas en todo ese tiempo», comenta Friedli impresionado. El resultado es digno de ver. Los ganadores de este reto lograron incluso acabar entre los cinco primeros puestos de todos los retos del evento. Pudieron presentar

Todos los participantes del Bell Food Group estaban encantados.

su solución en el escenario principal y, como premio, recibieron un fin de semana en Madrid. «Como los cuatro hackers, dos universitarias y dos universitarios, viven en Barcelona, les ofrecimos cambiar el fin de semana en Madrid por un viaje a Basel», cuenta Friedli. Sin embargo, escogieron con gusto Madrid y, durante su viaje, también visitarán el centro de Bell en Fuensalida.

Gracias a su participación en el START Global Event, el Bell Food Group ha logrado una mayor presencia y visibilidad en el entorno universitario europeo. Las 20 publicaciones en LinkedIn recibieron más de 30 000 vistas. Todos los participantes del Bell Food Group estaban encantados. «Muchos campos profesionales distintos, muchísimo intercambio, fue muy emocionante y valió la pena», comenta Christine Kerwin. Y una vez más quedó de manifiesto que los jóvenes talentos desconocen en gran medida los apasionantes retos del Bell Food Group y, en general, de la industria alimentaria. Con la participación en este tipo de eventos, el Bell Food Group quiere darse a conocer como atractivo empleador entre este grupo objetivo. Y con una estructura empresarial en toda Europa, ofrece interesantes posibilidades profesionales a los participantes de todos los países. El Bell Food Group ha recibido los currículos de más de 500 participantes de la «Hackathon», que pueden usarse ahora para cubrir puestos libres. No solo en TI, sino también en el resto de áreas. Algunos participantes ya han solicitado incluso un puesto de prácticas. Con toda seguridad, el Bell Food Group volverá al START Global el año que viene. • jk

La historia se reescribe

Envueltos en humo

Allí donde hay humo, hay fuego. Si juntamos estos dos elementos a una deliciosa materia prima, el resultado del ahumado puede ser de lo más aromático. Pero, en sus orígenes, el ahumado tenía una finalidad meramente práctica.

Se cree que esta técnica empezó por azar. Hace miles de años, cuando nuestros antepasados de la Edad de Piedra vivían en cuevas, el fuego les servía como fuente de calor.

El ahumado es uno de los métodos de conservación más antiguos.

En sus sencillas moradas, el humo pasaba junto a las provisiones que colgaban en lo alto para protegerlas de los animales. Con el tiempo, se dieron cuenta de que la carne, el pescado, la bayas o los frutos secos se conservaban más tiempo. Al pasar, el humo de la hoguera había desplegado su efecto antibacteriano. Además, mantenía a raya a los insectos.

Junto con el secado y el salado, el ahumado es por tanto uno de los métodos de conservación más antiguos de la humanidad. Por contra, influir en el aroma de los alimentos mediante el humo a modo de condimento es un uso más reciente.



Principios básicos del ahumado

Preparar carne como un profesional

En principio, todos los tipos de carne y de ave se pueden ahumar. El factor decisivo para obtener el resultado deseado es elegir el método de ahumado correcto. No hay que olvidar que con el ahumado en frío, la carne sigue cruda, mientras que al ahumar a temperatura muy alta, las piezas también se cuecen. Se puede jugar con la temperatura y con el tiempo para variar el resultado final. Por ejemplo, las carnes rojas se cuecen al punto a una temperatura de aprox. 55 grados durante más tiempo. Al final, se trata de probar y de practicar.

El clásico: el pescado

El salmón ahumado puede considerarse un clásico entre los amantes de los aromas a humo. Ya sea ahumado en frío o en caliente, en filete, en medallón o entero: se recomienda salar el salmón antes. Para ello, lo mejor es dejarlo en la nevera durante un día en una mezcla de sal, especias y hierbas aromáticas. Con la sal, el pescado pierde humedad y el sabor se intensifica. Al ahumar también hay que fijarse en la temperatura interna en función de si se quiere servir más bien crudo o muy cocido.

Un toque diferente a la verdura

La técnica del ahumado no es exclusiva para los productos de origen animal. Las patatas, los espárragos, las berenjenas o las mazorcas de maíz son todo un descubrimiento. Antes de ahumar las verduras, hay que lavarlas y cocerlas un poco. Al igual que para las carnes rojas y las aves, para ahumar la verdura son muy adecuados los chips de madera de árboles frutales. Otra baza del ahumado es que, además de conferir a los platos un sabor especial, les da un color muy apetitoso. Y, por cierto, todo lo que funciona con verduras también se puede aplicar a las frutas.

Un aroma especial para el queso

Ahumar queso es especialmente fácil y por tanto es ideal para principiantes. En función del tipo de queso, debe optarse por el ahumado en frío o en caliente. También es importante cortar el queso en trozos pequeños para que el humo pueda llegar a todas partes. Si se ahúma en frío a una temperatura en torno a los 20 grados centígrados, el queso puede dejarse entre ocho y veinte horas. Cuanto más tiempo, más intenso será el aroma. Por el contrario, el queso tierno es ideal para el ahumado en caliente. Con solo una hora está listo para disfrutar.

Tofu con un toque de humo

El tofu ahumado ya se encuentra en todos los supermercados. A diferencia del tofu al natural, gracias al baño de humo tiene un sabor propio muy aromático. Ahumar tofu en casa es muy sencillo: basta con una parrilla con función de ahumado con válvula y termómetro. Un recipiente de agua mantiene la temperatura interior baja de forma constante. El tofu marinado previamente y refrigerado se unta con aceite y, a continuación, se ahúma durante dos horas sobre las brasas calientes a una temperatura suave de 120 grados como máximo.

Ahumar sin ahumador

Aquellos que se interesan más por el ahumado tarde o temprano se plantean adquirir un ahumador, el instrumento ideal para el ahumado y la cocción indirecta. Pero también es posible obtener buenos resultados sin un equipo profesional. Se puede usar una parrilla de gas o carbón convencional a la que se añaden chips de madera humedecidos. Lo importante es que los chips de madera no prendan fuego. Para el uso en la cocina, también existen pequeños hornos ahumadores que se calientan sobre la placa de cocción.

¿A cuántos grados?

Al ahumar en un ahumador, tal y como está extendido hoy en día, se distinguen tres métodos: los alimentos ahumados en frío se conservan durante mucho tiempo y convencen por su aromático sabor a humo. Habitualmente se ahúman a temperaturas de hasta 25 grados centígrados y, a diferencia de los alimentos ahumados a mayores temperaturas, se conservan después durante semanas o incluso meses. Al ahumar en caliente, la cámara llega a alcanzar los 50 grados. De esta forma, los alimentos no solo se ahúman, sino que también se cuecen. El humo caliente les confiere un sabroso toque. Si se puede mantener la temperatura constante, el resultado además es

especialmente tierno. El tercer método consiste en ahumar en caliente a temperaturas de entre 90 y 130 grados centígrados. El resultado se caracteriza por un exterior crujiente y un delicioso aroma a la parrilla.

Es cuestión de gustos

La diferencia en el sabor no depende solo del método de ahumado. El aroma viene dado también por la elección de especias, hierbas y maderas. Tampoco hay reglas estrictas, por lo que el campo se abre a experimentar y a probar cosas nuevas. Si se tiene poca experiencia en el ahumado, lo mejor es seguir las recomendaciones de los más experimentados: coinciden en que la madera

de aliso tiene un sabor suave y, por tanto, es apta para el pescado, mientras que el arce aporta un sabor más intenso a humo, que combina especialmente con la carne de ave, la verdura y el jamón. Si se quiere un sabor aún más intenso, se puede optar por la madera de prosopis, que se extiende por las zonas áridas de América, África y Asia y que confiere un toque muy peculiar, aunque también con detractores, especialmente a la carne de cordero o vacuno. A quienes les gusta experimentar, una opción es mezclar distintas maderas o añadir ramas de romero o de canela remojada. Asimismo, se puede aromatizar el humo con distintos condimentos que se añaden a las virtudes de madera.

Cuidado si hay resina

La madera de conífera no es apta para el ahumado y debe evitarse. Y es que la madera rica en resina provoca un humo muy fuerte que puede incluso ser tóxico. La madera de haya da excelentes resultados en el ahumador: su aroma suave y equilibrado es especialmente apto para largas sesiones de hasta siete y ocho horas. Y, para finalizar, el consejo más importante: ya sea carne o pescado, los aromas solo pueden penetrar mientras las proteínas no se han solidificado por el calor. Por tanto, hay que empezar con temperaturas bajas para que el sabor del humo se pueda apreciar mejor. • ap

El Bell Food Group invita a los nuevos deliciosos estrenos

Las estrellas del verano

En el menú veraniego de este año, las protagonistas vuelven a ser las especialidades para la barbacoa. Pero los papeles secundarios también convencen por su creatividad y variedad. Que nadie se extrañe entonces si una crujiente verdura o una intensa salsa se convierte en la estrella de la velada. • *mr*



Bell Polonia Surtido para barbacoa sin aditivos de nitrato

En la creación de la nueva línea de barbacoa, Bell Polonia ha prescindido de los nitritos como aditivo. En su lugar, los productos contienen un aditivo a base de extractos de fruta y verdura, con un gran contenido en antioxidantes. De esta forma, los clientes de Polonia podrán disfrutar tranquilos de las novedades «Desperinos Grill», «Bratwurst» o salchicha clásica alemana y «Kiełbasa Śląska» o salchicha de Silesia.



Bell Suiza Variedad para la parrilla

Con alrededor de 20 novedades, Bell Suiza ha vuelto a pensar en todos para la nueva temporada de barbacoa: los aficionados a un buen bistec, los fans de las salchichas, los que prefieren la carne de ave y los amantes del mar. El surtido incluye, entre otros, el pollo «Chicken Bernerli» en su jugo con queso de Lucerna envuelto en bacón de ave y la salchicha «Craft Beer» con afrutada cerveza suiza Pale ale. Un corte especial de moda de la paletilla de cerdo, el «Butcher Steak», es otra de las novedades. Y la brocheta «Pangasius & Bacon» combina tiernos tacos de lomo de Pangasius con bacón y adobo al estilo Kentucky.

Bell Alemania Ternera para sibaritas

Con la nueva marca «Le Bon Rouge», desde el mes de marzo Bell Alemania lleva ternera francesa de primera al mostrador de carnicería. Los jugosos cortes, con un sabor intenso y un delicado vetado, proceden exclusivamente de terneras de raza Limousin. La carne cuenta con el sello de calidad «Label Rouge», muy conocido en Francia.



Sylvain & CO Veraniegas verduras al horno

Desde finales de abril, Sylvain & CO lleva el verano a la mesa. Solo hay que hornear la nueva mezcla de verano ya preparada con calabacín, pimiento, cebolla roja y tomates cherry durante 30 minutos en la bandeja de madera suministrada y ¡a disfrutar!



Hilcona Cero carne en la barbacoa

«THE GREEN MOUNTAIN» garantiza que incluso los que evitan y reducen la carne puedan disfrutar de la barbacoa en todo momento. Con el «Paprika Steak» y las brochetas «BBQ Spiess» y «Teriyaki Spiess», las filiales de Coop contarán durante la temporada de verano con tres nuevas alternativas de origen vegetal para que la parrilla se convierta también en una zona de placer vegano.



Eisberg Austria Ensaladas que sacian

Quienes creen que las ensaladas no son un remedio contra el hambre seguro que no han probado las nuevas ensaladas completas de Eisberg. Las dos variedades, «Schinken Cheese Pops» y «Süßkartoffel Rucola», combinan refrescantes hortalizas de hoja verde con ingredientes saciantes como huevo, jamón de pavo y bolitas de queso, o boniatos, garbanzos y daditos de queso feta.



Eisberg Suiza Placer capa a capa



¿Ganas de verdura pero poco tiempo para cocinar? En ese caso, Eisberg tiene un par de excelentes soluciones con sus nuevos envases de verduras. La mezcla «Farmer's Mix» con zanahorias, tirabeques y brócoli y la «Mediterranean Mix» con pimiento, calabacín, zanahoria, cebolla y perejil solo tienen que rehogarse unos minutos en la sartén. Además, vuelven las deliciosas ensaladas de nueva creación, como la variedad «Protein Source Bowl» con garbanzos y queso fresco o «Bio Green Bowl» con espinacas, lentejas y hummus.

Eisberg Austria Deliciosos snacks de ave

Eisberg Austria aprovecha las sinergias del Bell Food Group y, bajo la marca «hubers», lanza un nuevo surtido de snacks de ave en los supermercados austriacos e internacionales. Las hamburguesas ultracongeladas «Mini Chicken Burger Patties», las bolitas «Mac'n'Cheese Balls», las alitas de pollo «Chicken Wings» y los bocaditos rebozados «Karaage» se elaboran en el innovador centro de productos convenience de la empresa en Marchtrenk.



Hügli Especialidades rápidas de Italia y Asia

Para el negocio de marca propia de sus clientes comerciales, Hügli tiene dos nuevas líneas en su surtido: «Pasta, Basta!» y «Spirit of Asia». Los platos precocinados en práctica bolsa estable se preparan en dos a tres minutos. Perfectos para los días en los que el tiempo escasea.



Hügli La cosa se pone picante

Aquellos que disfrutan del fuego no solo en la parrilla, sino también en el plato, cuentan desde abril con la nueva salsa «Hot Jalapeño» de Stein's Best. Su afrutado toque picante se debe a la exquisita mezcla de tomates, chili y jalapeños. Ideal para mojar, con salchichas o sobre la hamburguesa.



De la idea a la sorpresa

Tras las huellas del placer

Al Bell Food Group le une un deseo común: ofrecer a los clientes el mayor placer posible. Pero ¿qué hace falta para que una idea se convierta en un producto que guste a todos? En LOOK! hemos hablado con cinco personas de distintas áreas sobre su misión en busca del placer. •*mr*

Julian Hämmerle: fuente de ideas culinarias

Al inicio de todo desarrollo de producto está la idea. Julian Hämmerle siempre está atento a las tendencias en el mundo de la alimentación. Y es también quien prueba si esa idea se puede poner en práctica. Para ello, este galardonado cocinero primero se mete en la cocina.

«Al empezar, siempre creamos una muestra. Es decir, cocinamos el producto de forma tradicional, como lo haríamos en un restaurante, sin las limitaciones de la producción industrial», explica Julian Hämmerle.

En esta fase temprana, el placer ya es el criterio decisivo. ¿Cómo sabe el producto? ¿Qué aspecto tiene? ¿Cómo huele? ¿Qué textura tiene? Desde el principio, todos estos puntos son importantes para la valoración.

Cuando Julian Hämmerle da por buena la muestra, la presenta a una comisión interna que también la prueba. Si también supera esta barrera, avanzará a la fase de desarrollo del producto.

Ahora se trata de no alejarse de la muestra. Y es que, en la medida de lo posible, tras su elaboración industrial el producto acabado debe saber igual que en la cocina del experto. Por ese motivo, Julian Hämmerle hace un estrecho seguimiento del proceso, y prueba una y otra vez los resultados junto con el resto de personas implicadas.

Semblanza

Julian Hämmerle es, desde junio de 2022, responsable del equipo culinario de Hilcona y asiste en el desarrollo de productos dando respuesta a todas las cuestiones culinarias. Con anterioridad, este cocinero y repostero de formación ejerció durante 20 años, entre otros, en varios restaurantes con estrella Michelin.

En función del proyecto, harán falta más o menos intentos. «Hay productos relativamente fáciles que ya son conocidos y se desarrollan con relativa rapidez», aclara Julian Hämmerle. «Otros son más difíciles, por ejemplo, las alternativas a la carne que creamos para THE GREEN MOUNTAIN. Es un campo bastante nuevo y constantemente aprendemos qué funciona y qué no, y qué tiene un buen sabor.»

El enfoque a la hora de desarrollar productos de base vegetal también es diferente. En estos casos, Julian Hämmerle recibe el producto en bruto de las instalaciones, y solo tiene que crear los aderezos para lograr el producto final deseado. Para ello, se prueba una y otra vez hasta dar con la clave.

Hilcona también somete algunas novedades a catas por parte de clientes, que también supervisa. «A menudo nos dan su aprobación, pero también hay cosas que a nosotros sí nos gustan y que, sin embargo, a los clientes no», comenta Julian Hämmerle. «Y es que no todas las ideas se convierten en un éxito.»

Con los medallones a la pimienta de origen vegetal, recientemente THE GREEN MOUNTAIN sí logró un éxito rotundo, e incluso la protectora de animales PETA Alemania le otorgó el reconocimiento «Mejor carne vegana» en la edición de este año del «PETA Vegan Food Award».

Las veces que se prueba un producto hasta el obtener el resultado final puede variar.

Vreni Berger: enseñando a disfrutar

La formación profesional incluye nociones teóricas de organoléptica en el temario; sin embargo, Vreni Berger lo tiene claro: a la hora de formar especialistas en carnicería, el placer se enseña mejor en la práctica.

«En el temario se incluye el aprendizaje de los métodos de cocción básicos para los distintos cortes», explica la responsable de formación de Oensingen. «Por eso, nuestros aprendices tienen la posibilidad de asistir al equipo de cocineros de Oensingen durante la preparación del menú del medio día y aprender así las distintas técnicas. Durante la comida, probamos y analizamos los platos juntos.»

A los aprendices no les suelen faltar las ideas para nuevos productos.

Esto también se aplica cuando se desarrollan nuevos productos para la propia gama «Elaborado por nuestros aprendices». «La única forma de aprender a preparar un adobo para un salteado o de saber con qué especias condimentar una salchicha es haciéndolo uno mismo», añade la experta.

Semblanza

Desde marzo de 2022, Vreni Berger es responsable de formación en tecnología alimentaria y carnicería, y forma a los futuros carniceros del centro productivo de Bell en Oensingen. Su especialidad son las *delicatessen*.

De todas formas, muchos productos nuevos surgen de forma espontánea. Por ejemplo, cuando en el centro hay excedente de una materia prima concreta y se idean formas para aprovecharla. Ideas que no faltan entre los aprendices. Y es que el equipo internacional puede echar mano a la riqueza de las distintas cocinas del mundo.

«Cuando las muestras están listas, nos juntamos y probamos los resultados», explica la responsable de formación. «Gana el producto que más gusta a la mayoría y se incorpora a nuestro surtido.»

Estas novedades no solo deleitan a los aprendices, sino también a los formadores. «Nos encanta recibir *feedback* positivo, por ejemplo, de otros empleados y empleadas que han comprado el producto en nuestro *outlet*», comenta Vreni Berger. El placer se disfruta el doble cuando se puede compartir.

De charla con ... Sheena Terrah Oriare



Sheena Terrah Oriare es aprendiz de carnicera de primer año.

¿Considera importante probar los alimentos que elaboran durante su formación? Sí, sobre todo los productos de nueva creación. Al fin y al cabo, tenemos que saber si hemos usado suficientes especias y sal y, en definitiva, qué estamos vendiendo.

¿Qué es lo que más le gusta cuando van a la cocina y preparan algo en grupo? Los aprendices siempre estamos deseando que llegue el momento de probar el resultado final para, por ejemplo, comparar el sabor del mismo producto con distintos condimentos. Lo que me parece muy especial es que todas las opiniones cuentan.

¿Qué papel desempeña el placer para usted personalmente? Para mí, el placer es un factor importante en la vida. Además del trabajo, necesitamos momentos de tranquilidad para no sufrir estrés físico y psíquico. Disfrutar de la comida forma parte de esos momentos.





Semblanza

Cindy Zbinden trabaja de Senior Product Manager en Sylvain & CO desde abril de 2022. Entre sus variadas tareas se incluye monitorizar las necesidades de los clientes y las tendencias del mercado, puesto que son la base del proceso de innovación.

Cindy Zbinden: responsable de la puesta en escena

«Reivindicamos el placer: con productos deliciosos, recetas que se adaptan a tus necesidades y comidas para cualquier ocasión.» Este es el compromiso que figura en la web de Sylvain & CO, el especialista suizo en productos ultra-frescos. O, en pocas palabras: «Date un placer.» Cindy Zbinden es una de las responsables de transportar este mensaje al exterior.

La gestora de productos lo explica: «El placer es uno de los pilares de nuestra marca». «Y desempeña un papel decisivo, tanto en nuestra imagen pública, como en cada una de las etapas de las distintas campañas que desarrollamos para el lanzamiento de nuevas líneas de producto.»

Un ejemplo reciente en el que ha participado es la nueva línea «Fun & Fresh», compuesta por cuatro deliciosos *bowls* de ensalada que, con su mezcla de brotes y verduras frescas, proteínas y cereales, constituyen una comida completa. Las recetas se desarrollaron con el objetivo de aunar un sabor excelente con agradables texturas.

«Con este lanzamiento nos fijamos dos objetivos: ganar nuevos clientes y aumentar la «Brand Awareness», es decir, la visibilidad de nuestra marca», explica Cindy Zbinden.

Establecer estos objetivos fue uno de los primeros pasos en el proceso de lanzamiento. Pero el equipo que rodea a esta experta en *marketing* también se ocupó de otros temas, como

definir los grupos objetivo, desarrollar el mensaje y el diseño de la campaña y decidir las medidas de *marketing*. «Tras un largo proceso de desarrollo, para mí siempre es muy gratificante ver el producto final físicamente en la tienda», añade Cindy Zbinden.

Algo que pudo ver recientemente con la línea «Fun & Fresh». Ahora, los productos y la campaña deben llevar el mensaje de placer a los consumidores y las consumidoras. Un aspecto importante es el diseño del envase. Para despertar el apetito por las ensaladas en el lineal del supermercado, los *bowls* cuentan con una tapa transparente. Además, en la faja se ven las típicas ilustraciones que acompañan toda la presencia de la marca.

Junto a las divertidas figuras de verduras y hortalizas que ilustran los envases, el concepto incluye que cada uno de los miembros del equipo tenga su «avatar», compuesto por un cuerpo dibujado y una foto de carnet para la cabeza. «Estas ilustraciones acompañan la marca desde su lanzamiento en 2012 y transmiten la idea de «comunidad», uno de nuestros valores principales», explica Cindy Zbinden. «Muestran que Sylvain & CO es una gran familia en la que destaca el compañerismo y el deseo de aportar algo bueno a la comunidad.»

Las ilustraciones acompañan la imagen de Sylvain & CO desde el lanzamiento en 2012.

Jeroen de Zwart: un mago en la cocina

Con frecuencia, Jeroen de Zwart solo tiene que abrir un envase de puré de ajos o de salsa de tomate para que su público se convenza de Bresc.

Para cada restaurante presenta una selección específica de productos.

«Nueve de cada diez personas dicen: <¡Qué bien huele. Lo quiero!>», relata el Culinary Advisor. Su público está compuesto por cocineros y cocineras profesionales de los Países Bajos. Un colectivo al que Jeroen de Zwart pertenecía hasta hace unos años y cuyas expectativas y forma de pensar conoce a la perfección.

«Como cocinero, lo tengo más fácil para acceder a las cocinas de nuestros clientes que, por ejemplo, alguien que tenga un bagaje tradicional en ventas», explica Jeroen de Zwart. «Simplemente hablo con ellos mientras trabajan o me pongo la chaquetilla de cocina y cocinamos algo juntos.» De tú a tú se presentan a la perfección las ventajas de los adobos, las salsas, los purés y las mezclas de especias de esta filial de Hügli. A estas ventajas se suman, además de la comodidad de los productos para la restauración, el principal argumento de venta: el excelente sabor.

Semblanza

En su rol de Culinary Advisor, Jeroen de Zwart convence de las bondades de los productos Bresc a los clientes de restauración de su región desde el año 2019. Con anterioridad, este cocinero de formación trabajó en numerosos restaurantes, entre otros en el famoso parque temático neerlandés de Efteling durante diez años.

Para cada restaurante presenta una selección específica de productos. Para ello, primero estudia su carta. Si, por ejemplo, ve *carpaccio* con pesto o patatas con alioli, además de las novedades del momento presenta también las variedades de Bresc necesarias para su preparación, y consigue así sorprender a su público.

Lógicamente, la mejor forma de mostrar todo lo que se puede preparar con los productos es pasando a la acción personalmente en la cocina. En esos casos, recurre a alguna de las más de 400 recetas que tiene bajo la manga.

«Por ejemplo, enseño a los chefs que nuestros glaseados no solo dan un brillante toque final a los alimentos calientes, sino que también se pueden usar en frío, por ejemplo, en forma de aliño para un *Poke Bowl*», explica. «O preparo un pastel de chocolate con puré de ajos negros, uno de mis productos estrella, ideal para condimentar platos salados, pero también para postres.»

Y en numerosas ocasiones le llegan al cabo del tiempo las propias creaciones de los cocineros que había visitado, con lo que su colección de recetas va en aumento y, con ella, sigue brotando la fuente de inspiración.



Microsoft Teams y my Bell Food Group

El día a día digital

Con la introducción de Microsoft Teams el pasado mes de octubre, el Bell Food Group dio un importante paso hacia el área de trabajo moderna, el Modern Workplace. Y, entretanto, las primeras áreas del grupo utilizan ya la aplicación my Bell Food Group, antes Beekeeper. Los empleados y empleadas que ya han podido conocer bien ambas herramientas nos cuentan su experiencia. • *mr*

Qué opinan los usuarios de Microsoft Teams



«En mi área puedo decir que desde la introducción de Teams es mucho más fácil compartir documentos y trabajar en equipo con ellos, además nuestro día a día está más estructurado, aunque todavía estamos trabajando en integrar el programa aún más en nuestra estructura de

trabajo y nuestros procesos. Para mí, la mayor ventaja es que muchos módulos, como OneNote, Word, PowerPoint o Tareas se pueden conectar entre sí. Es posible editar archivos, comentarlos, acordar citas, escribir instrucciones, compartir cosas y repartir tareas en una misma herramienta. Esa centralización ya nos ofrece un valor añadido, y seguro que en el futuro nos abrirá

más posibilidades de colaboración. Creo que con ayuda de Teams se reforzará la eficiencia y la transparencia en la colaboración. Mi función preferida es la generación de vínculos. De esta forma, es posible dar permisos de acce-

so de forma rápida y organizar los archivos y carpetas en un solo lugar, a la vez que quedan disponibles de forma permanente. La mayoría de preguntas de mis colegas en mi rol de «Teams-Champion» estaban relacionadas con el guardado y la estructura de archivos, así como con la asignación de derechos de acceso a documentos, canales y equipos. Las primeras semanas se vio que,

para muchos miembros del equipo, la compleja estructura supuso un gran cambio en su día a día. Pero ya hay muchos que reconocen el valor añadido y aprecian las nuevas funciones. Veo potencial de mejoras en la colaboración entre equipos, en la que todavía hay algunas diferencias. Por ejemplo, el uso de la función de chat, mensajes y tareas es muy distinto entre los empleados, por lo que todavía se tienen que enviar vínculos a determinados documentos por correo electrónico. Espero que, a medida que se siga implementando, se unifique más.»

«Con Teams, la colaboración es más transparente.»



Finn Kröling, responsable adjunto de RR. HH. de administraciones, jefe de proyectos de RR. HH. en Bell Suiza



Mathias Janicz, coordinador de planta en Bell Suiza

«En mi área, la introducción de Teams ha cambiado la forma como nos comunicamos. En general es más fácil y más rápido, como se espera de un «Modern Workplace». En nuestro equipo de comunicación, que se creó por TopX, funciona a la perfección. Todos hablamos de lo mismo, así que tenemos los mismos objetivos. La comunicación es mucho más transparente. Pero eso solo funciona si la herramienta se usa de forma consistente y adaptada al centro. Además, Teams se integra a la perfección en la excelente estructura de reuniones que ya teníamos. Hasta hace poco, todavía escribíamos las actas en papel, ahora lo hacemos todo en línea. La digitalización en general y, ahora, la agrupación de distintos programas en Teams son herramientas muy potentes en un oficio tradicional. Otros puntos positivos son,

«Hemos hecho el cambio de forma gradual.»

en mi opinión, la conectividad y el fácil acceso a los datos, ya sea en el puesto de trabajo o desde el móvil. Además, me gusta la función de envío de GIFs. Las pequeñas imágenes animadas son muy expresivas y resultan divertidas. Para que nadie se sintiera dejado de lado, llevamos a cabo el cambio de forma gradual y, en la medida de lo posible, conjuntamente. Por eso hasta la fecha no me han necesitado tanto como «Teams-Champion». Eso sí, al principio se oía mucho la pregunta: «¿Por qué lo hacemos con Teams?» En ese caso yo nombraba las ventajas, que son muy convincentes. Me gustaría que se pudiera poner fechas a las actividades, para que uno mismo se pueda organizar mejor. Personalmente, el planificador de tareas actual me parece un poco flojo. En general, veo en Teams una gran oportunidad para los centros de producción con sus oficios tradicionales. La herramienta nos permite modernizarlos e ir con los tiempos.»



«Para mí, la gran ventaja de Teams radica en una comunicación más rápida, en una mejor visión de conjunto de las tareas y proyectos y en una mejor colaboración con otros departamentos. Desde su introducción, se nota claramente cómo existe más comunicación interna, de un departamento a otro, pero también de un centro a otro. Gracias a las comunidades, mejoran la comunicación y el intercambio de información, por lo que es más fácil mantenerse al día. El archivo centralizado de documentos también facilita mucho el trabajo. Y, en concreto, me parece muy valiosa la función

«Mi función favorita es el Planner.»

«Editar en directo», que permite que varios compañeros trabajen en paralelo en un documento. Es todo un avance respecto a la forma de trabajar anterior, en la que se enviaban correos electrónicos con anexos de un lado a otro o se compartían a través del SharePoint de Bell, donde primero había que guardarlos de forma local y luego volver a subirlos, así como darse de alta y de baja al editar. Mi función preferida en Teams es la aplicación Planner, porque se registran todas las tareas, desde pequeñas tareas diarias a grandes proyectos. Permite tener una excelente visión de conjunto, a la vez que ser muy detallado y, en mi opinión, con las funciones actuales se maneja bien. Especialmente para nosotros, en el área de TI, la visión de conjunto y la asignación de las tareas, los temas y los proyectos actuales supone una gran ventaja. Para el futuro, me podría imaginar que hubiera una persona o un departamento en cada centro que se ocupara de mantener Teams. En resumen, diría que la colaboración mejora porque se pueden hacer muchas cosas en esta herramienta y sustituye otros métodos más trabajosos.»



Marcel Schlager, responsable adjunto de TI y Business Application, Eisberg Austria

Qué opinan los usuarios de la aplicación Bell Food Group



«Para mí, la principal novedad en la aplicación my Bell Food Group es que también recibo información sobre lo que pasa en otros países. Me gusta, porque refuerza el sentimiento de pertenecer al grupo Eisberg. Por lo demás, lo que más uso es el formulario para registrar ausencias. Por contra, la función de chat no es muy

relevante en mi área de trabajo, el laboratorio y la gestión de calidad, porque normalmente nos comunicamos en persona o por correo electrónico. También he probado la posibilidad de traducir información directamente en la aplicación, aunque todavía no la he usado en el día a día. De todas formas, confío que la información que publico, por ejemplo sobre seguridad alimentaria, llegue mejor a los compañeros y compañeras si pueden leerla en su idioma. Cuando se introdujo la aplicación, al principio muchos no estaban seguros si descargarla. El principal argumento era que con el correo electrónico, teléfono, WhatsApp y Teams ya había muchas vías de comunicación y no era cuestión de añadir más. Pero rápidamente pude convencer a los colegas que estaban dudando de las ventajas de la aplicación, y hoy en día en mi equipo todos la tienen instalada.»

«La aplicación refuerza el sentimiento de unidad.»



Caroline Germeaux, responsable del laboratorio, Eisberg Suiza

«En la aplicación my Bell Food Group las funciones que más uso son las de interacción directa, como el chat. Como responsable de logística, esta herramienta es muy importante, porque la mayoría de los empleados no tiene acceso personal a un PC y, por eso, antes solo nos podíamos comunicar en persona. Esto era a menudo muy difícil, porque en muchos casos las jornadas no coincidían, a diferencia de los horarios de oficina. Ahora con la app my Bell Food puedo contactar con todos y enviar directamente información importante, agradecimientos y mucho más. También uso con regularidad las plataformas de información. Aunque también recibo prácticamente todos los avisos por correo electrónico, muchas veces prefiero leerlos en la app de camino al trabajo. También me resulta muy valiosa la función de traducción, porque muchos de nuestros empleados no dominan el alemán. Así se pueden expresar en su lengua materna, y nos entendemos con solo un clic. En general puedo decir que desde la introducción de la aplicación se ha vuelto más fácil llegar a todos los empleados o grupos de empleados. Podemos crear encuestas o flujos de trabajo fácilmente y simplificar así el trabajo de todo el equipo. La mayoría de colegas han aceptado muy bien la aplicación. Como al principio todavía había algunas reservas, instalamos en dos centros estaciones de PC desde las que podían entrar en la app. Entretanto, también enviamos las rutas a los chóferes a través de my Bell Food Group. Ahora estamos trabajando en crear una interfaz con nuestra planificación de personal, para que todos puedan ver sus turnos.»

«Para mí, la función de traducción es muy valiosa.»

«En la aplicación my Bell Food Group las funciones que más uso son las de interacción directa, como el chat. Como responsable de logística, esta herramienta es muy importante, porque la mayoría de los empleados no tiene acceso personal a un PC y, por eso, antes solo nos podíamos comunicar en persona. Esto era a menudo muy difícil, porque en muchos casos las jornadas no coincidían, a diferencia de los horarios de oficina. Ahora con la app my Bell Food puedo contactar con todos y enviar directamente información importante, agradecimientos y mucho más. También uso con regularidad las plataformas de información. Aunque también recibo prácticamente todos los avisos por correo electrónico, muchas veces prefiero leerlos en la app de camino al trabajo. También me resulta muy valiosa la función de traducción, porque muchos de nuestros empleados no dominan el alemán. Así se pueden expresar en su lengua materna, y nos entendemos con solo un clic. En general puedo decir que desde la introducción de la aplicación se ha vuelto más fácil llegar a todos los empleados o grupos de empleados. Podemos crear encuestas o flujos de trabajo fácilmente y simplificar así el trabajo de todo el equipo. La mayoría de colegas han aceptado muy bien la aplicación. Como al principio todavía había algunas reservas, instalamos en dos centros estaciones de PC desde las que podían entrar en la app. Entretanto, también enviamos las rutas a los chóferes a través de my Bell Food Group. Ahora estamos trabajando en crear una interfaz con nuestra planificación de personal, para que todos puedan ver sus turnos.»



Daniel Erni, responsable de logística en Eisberg Suiza, Dällikon

«Con la aplicación my Bell Food Group, la comunicación ha aumentado en mi área y es más clara, más ágil y directa. Por ejemplo, la app nos ayuda a enviar información de forma más eficiente entre los superiores y, ocasionalmente, entre empleados. Antes nos comunicábamos por correo electrónico, o con notitas adhesivas que dejábamos en el correspondiente escritorio. Con la aplicación ahora es más fácil y rápido. Así siempre estamos informados si se da un cambio de última hora. También resulta muy útil entre turnos. Por ejemplo, el turno de noche puede avisar a tiempo al turno de mañana de que se ha averiado una máquina. Y si alguien enferma y no puede venir a trabajar, la función de chat de la aplicación permite que informe rápidamente a su superior que en cuanto llega a su



Catarina Raquel Pinto Ferreira, responsable de equipo, Hilcona

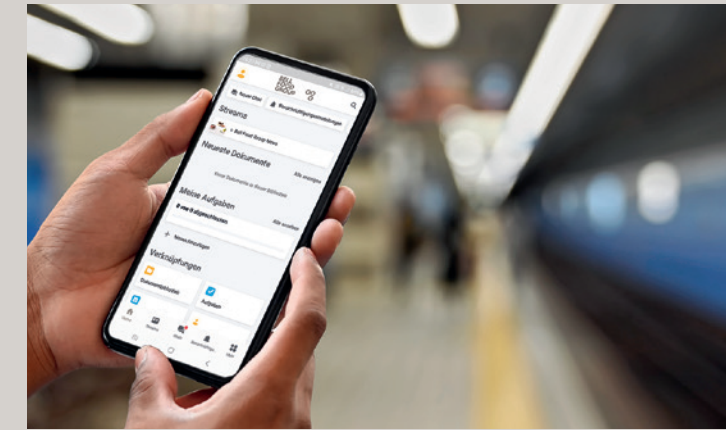
puesto de trabajo puede buscar la mejor solución para compensar la baja. Además del chat, personalmente lo que más uso es el calendario, puesto que a veces se dan cambios de última hora, por ejemplo, en la ocupación de las líneas. En el área de noticias diría que las publicaciones regulares nos ayudan a estar siempre al día. Como siempre llevamos el móvil encima, recibimos la información importante de forma directa. Por eso aconsejo a los compañeros y compañeras que se instalen la app si todavía no lo han hecho. Porque es muy útil en muchas situaciones y opino que es una buena idea tenerla en el móvil para recibir la información del día y estar al corriente de los cambios.»

«También resulta muy útil entre turnos.»

«Con la aplicación my Bell Food Group, la comunicación ha aumentado en mi área y es más clara, más ágil y directa. Por ejemplo, la app nos ayuda a enviar información de forma más eficiente entre los superiores y, ocasionalmente, entre empleados. Antes nos comunicábamos por correo electrónico, o con notitas adhesivas que dejábamos en el correspondiente escritorio. Con la aplicación ahora es más fácil y rápido. Así siempre estamos informados si se da un cambio de última hora. También resulta muy útil entre turnos. Por ejemplo, el turno de noche puede avisar a tiempo al turno de mañana de que se ha averiado una máquina. Y si alguien enferma y no puede venir a trabajar, la función de chat de la aplicación permite que informe rápidamente a su superior que en cuanto llega a su

puesto de trabajo puede buscar la mejor solución para compensar la baja. Además del chat, personalmente lo que más uso es el calendario, puesto que a veces se dan cambios de última hora, por ejemplo, en la ocupación de las líneas. En el área de noticias diría que las publicaciones regulares nos ayudan a estar siempre al día. Como siempre llevamos el móvil encima, recibimos la información importante de forma directa. Por eso aconsejo a los compañeros y compañeras que se instalen la app si todavía no lo han hecho. Porque es muy útil en muchas situaciones y opino que es una buena idea tenerla en el móvil para recibir la información del día y estar al corriente de los cambios.»

importante de forma directa. Por eso aconsejo a los compañeros y compañeras que se instalen la app si todavía no lo han hecho. Porque es muy útil en muchas situaciones y opino que es una buena idea tenerla en el móvil para recibir la información del día y estar al corriente de los cambios.»



«El principal cambio con la aplicación my Bell Food Group es que ahora tenemos una plataforma unificada para todo el grupo con la que nos podemos comunicar con nuestro equipo y a través de la cual la empresa nos puede transmitir información. Me parece muy importante, sobre todo para los que trabajamos en el área de transporte, ya que casi siempre se está en ruta en soledad por las noches y apenas hay contacto personal con la oficina o con mi área de «Mantenimiento técnico de vehículos». Para nuestro equipo, la introducción de la aplicación my Bell Food Group nos ha permitido evitar muchas notas y numerosos chats individuales. Porque con los chats de grupo podemos localizar a varios conductores a la vez, para darles información relevante o contestar a sus preguntas. Así siempre están todos al día. También me parece muy importante el área de noticias, porque aquí recibo información sobre los temas relevantes e innovadores de mi empresa y del grupo. Esto sirve para acallar rumores y para que todo el mundo esté bien informado.»



Andreas Buchs, jefe de grupo de mantenimiento técnico de vehículos en Eisberg

«El principal cambio con la aplicación my Bell Food Group es que ahora tenemos una plataforma unificada para todo el grupo con la que nos podemos comunicar con nuestro equipo y a través de la cual la empresa nos puede transmitir información. Me parece muy importante, sobre todo para los que trabajamos en el área de transporte, ya que casi siempre se está en ruta en soledad por las noches y apenas hay contacto personal con la oficina o con mi área de «Mantenimiento técnico de vehículos». Para nuestro equipo, la introducción de la aplicación my Bell Food Group nos ha permitido evitar muchas notas y numerosos chats individuales. Porque con los chats de grupo podemos localizar a varios conductores a la vez, para darles información relevante o contestar a sus preguntas. Así siempre están todos al día. También me parece muy importante el área de noticias, porque aquí recibo información sobre los temas relevantes e innovadores de mi empresa y del grupo. Esto sirve para acallar rumores y para que todo el mundo esté bien informado.»

«Ahora siempre están todos al día.»

«El principal cambio con la aplicación my Bell Food Group es que ahora tenemos una plataforma unificada para todo el grupo con la que nos podemos comunicar con nuestro equipo y a través de la cual la empresa nos puede transmitir información. Me parece muy importante, sobre todo para los que trabajamos en el área de transporte, ya que casi siempre se está en ruta en soledad por las noches y apenas hay contacto personal con la oficina o con mi área de «Mantenimiento técnico de vehículos». Para nuestro equipo, la introducción de la aplicación my Bell Food Group nos ha permitido evitar muchas notas y numerosos chats individuales. Porque con los chats de grupo podemos localizar a varios conductores a la vez, para darles información relevante o contestar a sus preguntas. Así siempre están todos al día. También me parece muy importante el área de noticias, porque aquí recibo información sobre los temas relevantes e innovadores de mi empresa y del grupo. Esto sirve para acallar rumores y para que todo el mundo esté bien informado.»

Cinco consejos prácticos para el hogar

Menos desperdicio de alimentos, más amor al prójimo

Es la hora de enfrentarse al desperdicio de alimentos: cómo evitar en el hogar, de forma sencilla y con poco esfuerzo, que los alimentos que aún están en buen estado acaben en el cubo de la basura y, a la vez, dar una agradable sorpresa a los vecinos. • ap



1.

Comprar bien:
con una lista y un
gran corazón

A veces es amor a segunda vista: muestra tu gran corazón a ese tomate pocho en el supermercado. Pon esa manzana magullada en la cesta y no des calabazas a esa zanahoria encorvada, llévatela a casa. Si los productos se consumen rápido, estas marcas exteriores no se notan en el sabor. Si antes de ir a comprar preparas una lista o haces una foto del interior de tu nevera y tomas un pequeño tentempié, te resultará más fácil mantener la visión de conjunto y solo comprar lo que realmente necesitas.

3.

Da rienda suelta
a tu creatividad

Los restos de ayer pueden convertirse en la cena de gala de hoy. Si colocas los restos en primera línea de la nevera, te asegurarás de que no caigan en el olvido. Deja brotar las ideas: ¿no sabes qué hacer con los panecillos duros del *brunch* del domingo? Podrías cortarlos en daditos y, con un poco de aceite y ajo, convertirlos en picatostes. O mézclalos con otros restos de la nevera. Junto con tomates, pepinos, cebollas y especias podrás preparar una saludable y deliciosa ensalada de pan.

2.

Almacenar los
alimentos como un
profesional del orden

Ordena tu nevera como si fuera un supermercado: los alimentos más nuevos al fondo, el resto delante. Si tienes en cuenta las distintas zonas de temperatura de la nevera, la aprovecharás al máximo: arriba de todo se guardan los platos preparados, en la zona central deberías guardar los lácteos y huevos, por debajo los alimentos más perecederos, como la carne y el pescado, y, en el compartimento inferior, las lechugas, la fruta y la verdura. No solo te fijas en la fecha de consumo preferente, mira más allá. Si un alimento tiene buen aspecto y huele bien, lo más probable es que se pueda consumir. Pero cuidado con la fecha de caducidad. Esta fecha deberá respetarse al máximo, puesto que en este caso se trata de productos fácilmente perecederos.

4.

Da una alegría
a tus vecinos

Sobre todo cuando se tienen invitados o se cocina para un grupo numeroso puede pasar que se calculen mal las cantidades. Al fin y al cabo, no queremos que nadie se quede con hambre. Es posible que tus invitados se lleven un poquito a casa, ¿pero qué crees que diría tu vecina si llamas a su puerta con un trozo de pastel que ha sobrado? Haz la prueba y dale una deliciosa sorpresa.

En 2020 se desecharon
70 kilos de alimentos en
buen estado por cabeza.

En el número 02/21 de Look! te explicamos qué medidas lleva a cabo el Bell Food Group para evitar las pérdidas de alimentos en el proceso de producción. Pero en la lucha contra el derroche de alimentos también deben participar los consumidores, no solo los productores. En la UE, por ejemplo, más de la mitad del desperdicio de alimentos se da en los hogares. Esto significa que en 2020 se desecharon 70 kilos de alimentos en buen estado por cabeza. Pero no tiene por qué ser así. Con unas sencillas medidas cada uno puede participar en su hogar a reducir o incluso evitar el desecho de alimentos.

5.

Da un paso más

¿Tienes la logística de la cocina bajo control y no desperdicias ningún alimento? ¿Has repartido los restos entre agradecidos familiares y vecinos? Perfecto, entonces es el momento de dar un paso más. Puedes ayudar a los restaurantes, panaderías y tiendas de alimentación cercanos a evitar el desperdicio de alimentos. Algunas aplicaciones como «Too Good To Go» u «Olio» te muestran dónde se pueden recoger los excedentes. Al participar, no solo haces un gran favor al medio ambiente, sino también a tu bolsillo.

Aniversarios y jubilaciones de julio a septiembre de 2023

«Entonces no existían los móviles ni los ordenadores.»



Joaquín Maroco Barradas
45 años de servicio

Cargo: Comercial

División: Departamento comercial

Ubicación: Bell España,
Casarrubios del Monte, Toledo

¿Cómo llegó a solicitar trabajo en su empresa hace 45 años? Yo provengo de un pueblo que se llama Valencia de Alcántara, en la provincia de Cáceres. Me he criado en una finca en el campo, y entonces, en aquellas fechas, teníamos problemas de trabajo en mi pueblo y mis padres decidieron emigrar a Madrid.

Mi primer trabajo en Madrid fue de camarero y solamente trabajé un sábado y un domingo. Entonces tenía 15 años, pero ya me di cuenta de que eso no era lo que yo buscaba.

El lunes me dijeron que en una fábrica de jamones en Alcorcón necesitaban personal para trabajar y me fui a ver si era verdad. Me encontré a un hombre mayor en la puerta y me preguntó si quería empezar ese mismo día. Estamos hablando del 1 de julio de 1976, aunque mi antigüedad reza del 1 de agosto de 1978 porque entonces en España no se podía asegurar a niños de 15 años. Se podía trabajar con un seguro de accidente, pero no se podía trabajar legalmente y asegurado por la seguridad social.

Mis primeros años fueron en salazones y después estuve en secaderos. Cuando tenía 25 años inicié el departamento de deshuese junto con mi compañero Antonio Jiménez, y en momentos esporádicos hacía de repartidor con la furgoneta. Después me saqué el permiso de conducir de camión y hacía la ruta de Andalucía, o sea, Jaén-Granada-Málaga.

Con 28 años di mis primeros pasos en el departamento de ventas haciendo el comercio tradicional tanto en tiendas de calle, como en mercados de Madrid y pueblos del alrededor y al cabo de un tiempo en grandes cuentas.

¿Qué es lo que más ha cambiado en estos 45 años? En las fábricas de jamones españolas, en esos años, no había prácticamente ninguna norma de calidad ni sanitaria. Los jamones se recibían frescos o congelados, se salaban en pilas en el suelo, la sal se paleaba a mano, o sea una capa de sal y una de jamones y así hasta llegar a una altura de un metro o metro y medio.

Los jamones se lavaban en el suelo y se colgaban en los secaderos en cuerdas o en estanterías de madera, hasta terminar su proceso.

El deshuese se realizaba a mano, la gubia manual y para pelarlos, con cuchillo, o sea todo manual.

La vida de comercial en esos años era ir todos los días a fábrica a dejar los pedidos de lo que vendías el día anterior, o te metías en una cabina de teléfono a pasarlos a fábrica por teléfono, porque entonces no existían los móviles ni los ordenadores.

¿Qué incidente de su carrera en la empresa permanecerá siempre en su memoria? Lo único así más destacado fue la muerte de mi primer jefe, Jesús Sánchez Fernández. Es verdad que fue un golpe, porque en aquellos tiempos las cosas estaban muy difíciles en España a nivel de trabajo. Luego le sucedió su hijo Luis Sánchez, que yo no daba un duro por él, y luego pasó a ser un gran director y jefe. Muy hábil para el negocio de los jamones y para la empresa.

¿Qué es lo que más le gusta hoy de su trabajo en ventas? Empezando que tenemos un compañerismo en el departamento de ventas que para mí es el mejor. En el departamento de ventas de Casarrubios no trabajamos individualmente, sino en equipo, porque yo creo que en las empresas lo que faltan son equipos que funcionen aunque alguno de sus miembros falte en algún momento.

20 años

Zdeněk Zemina • 25 de marzo, Hügli Food s.r.o., Zásmyky (adición)

Gabriella Horváth • 7 de abril, Eisberg Hungría, Gyál (adición)

Suleyman Karakus • 1 de julio, Bell Suiza AG, Cheseaux

Werner Mittermaier • 1 de julio, Hügli Nahrungsmittel GmbH, Radolfzell

Etienne Schuch • 1 de julio, Bell Suiza AG, Basel

Yannick Charretier • 7 de julio, Bell France, Saint-Symphorien-sur-Coise

Mpaka Kindoki Ernesto • 7 de julio, Bell Suiza AG, Zell

Ibrahim Türkmen • 7 de julio, Bell Suiza AG, Zell

Fabian Taferner • 14 de julio, Hubers Landhendli, Pfaffstätt

Yves Vogt • 21 de julio, Eisberg Suiza, Dällikon, logística

Krzysztof Makowski • 24 de julio, Bell Polska, Niepołomice

Daniel Bernet • 28 de julio, Bell Suiza AG, Zell

Nelli Materi • 28 de julio, HFC, Bad Wünnenberg

András Deli • 1 de agosto, Eisberg Hungría, Gyál

Axel Schuppan • 1 de agosto, Bell Suiza AG, Basel

Michèle Stingelin • 1 de agosto, Hilcona, Schaan

Jozef Taliga • 1 de agosto, Hügli Food Slovakia, Trnava

Philippe Felblinger • 4 de agosto, Bell Suiza AG, Basel

Marino Santana • 4 de agosto, Bell España Alimentación S.L.U., Azuaga

Janusz Waśniowski • 6 de agosto, Bell Polska, Niepołomice

Mariusz Imiołek • 10 de agosto, Bell Polska, Niepołomice

Radka Svobodová • 15 de agosto, Hügli Food s.r.o., Zásmyky

Uwe Tonch • 18 de agosto, Bell Suiza AG, Basel

Paulina Kurek • 19 de agosto, Bell Polska, Niepołomice

Dariusz Piotrowski • 31 de agosto, Bell Polska, Niepołomice

Divna Djordjevic • 1 de septiembre, Sylvain & CO, Essert-sous-Champvent

Wolfgang Gerner • 1 de septiembre, Hubers Landhendli, Pfaffstätt

Tueanchai Herzog • 1 de septiembre, Eisberg Suiza, Dällikon, Feldhof

Walter Höliner • 1 de septiembre, Hügli Nahrungsmittel GmbH, Radolfzell

Bernadett Pányi • 2 de septiembre, Eisberg Hungría, Gyál

Murat Muratovic • 3 de septiembre, Frisch Express, Pfaffstätt

Patrick Brendle • 15 de septiembre, Bell Suiza AG, Basel

Harald Schneider • 15 de septiembre, Hubers Landhendli, Pfaffstätt

Nikolett Nagy • 17 de septiembre, Eisberg Hungría, Gyál

Birgit Fischer • 22 de septiembre, Inter-Planing, Langenhaslach

Zsolt Horváth • 22 de septiembre, Eisberg Hungría, Gyál

25 años

Monika Zeminová • 1 de abril, Hügli Food s.r.o., Zásmyky (adición)

Alexander Bothmer • 1 de julio, Hügli Nahrungsmittel GmbH, Radolfzell

Reiner Brodersen • 1 de julio, Hügli Nahrungsmittel GmbH, Radolfzell

Yannick Henaph • 1 de julio, Bell Suiza AG, Basel

Uthayakumar Kanagasingam • 1 de julio, Bell Suiza AG, Zell

Sarathadevi Jayarajan • 2 de julio, Bell Suiza AG, Zell

Belinda Caser • 13 de julio, Hilcona, Schaan

Sasa Filipovic • 13 de julio, Bell Suiza AG, Oensingen

Roman Konrad • 13 de julio, Hügli Nahrungsmittel AG, Steinach

Micha Roth • 13 de julio, Bell Suiza AG, Basel

Michaela Wüthrich • 14 de julio, Bell Suiza AG, Basel

Bernard Gillmann • 20 de julio, Bell Suiza AG, Basel

Lud Marleku • 20 de julio, Bell Suiza AG, Zell

Ana Sofia Duarte Mendes • 29 de julio, Hilcona, Schaan

Alexander Gugele • 1 de agosto, Hilcona, Schaan

Christophe Wassermann • 3 de agosto, Bell Suiza AG, Basel

Sandra Böhm • 7 de agosto, Bell Suiza AG, Basel

Kerry Dipple • 10 de agosto, Huegli UK Ltd., Redditch

Christian Foltz • 10 de agosto, Bell Suiza AG, Basel

Landrit Ibrahim • 31 de agosto, Bell Suiza AG, Oensingen

Anton Bichsel • 1 de septiembre, Bell Suiza AG, Oensingen

Nicole Böger • 1 de septiembre, Hügli Nahrungsmittel GmbH, Radolfzell

Gerald Isopp • 1 de septiembre, Hilcona, Schaan

Frédéric Judas • 1 de septiembre, Bell Suiza AG, Oensingen

Gilbert Keller • 1 de septiembre, Bell Suiza AG, Basel

Daniel Lang • 1 de septiembre, Bell Suiza AG, Basel

Sladana Pavlovic • 1 de septiembre, Bell Suiza AG, Basel

Bozica Gavrilovic-Tadic • 21 de septiembre, Bell Suiza AG, Oensingen

Eleonora Manova • 21 de septiembre, Eisberg Suiza, Dällikon, Feldhof

Encontrará las ofertas de empleo actuales en:
bellfoodgroup.com/karriere

30 años

Ute Csenki • 1 de abril, Eisberg Hungría, Gyál <i>(adición)</i>
Alexander Walter • 1 de junio, Hügli Nahrungsmittel GmbH, Radolfzell <i>(adición)</i>
Martin Lujic • 1 de julio, Bell Suiza AG, Zell
Marcel Jordi • 5 de julio, Bell Suiza AG, Zell
Cornelia Winterle • 5 de julio, Hügli Nahrungsmittel GmbH, Radolfzell
Dominique Bornèque • 19 de julio, Bell Suiza AG, Basel
Fabienne Donelli • 19 de julio, Bell Suiza AG, Basel
Veronika Borowicz • 20 de julio, Hügli Nahrungsmittel GmbH, Radolfzell
Franca Masorgo-Pinnero • 27 de julio, Hügli Nahrungsmittel GmbH, Radolfzell
Wolfgang Mayrhofer • 1 de agosto, Hügli Nahrungsmittel-Erzeugung Ges.m.b.H., Hard
Susanne Zimmermann • 3 de agosto, Hügli Nahrungsmittel GmbH, Radolfzell
Gerhard Gann • 6 de agosto, Frisch Express, Pfaffstätt
Christian Schädler • 1 de septiembre, Hügli Nahrungsmittel GmbH, Radolfzell
Volker Kersefischer • 2 de septiembre, Hügli Nahrungsmittel GmbH, Radolfzell

35 años

Jean-Yves Pavoux • 1 de marzo, Bell France, Saint-Symphorien-sur-Coise <i>(adición)</i>
Karin Konold • 1 de julio, Inter-Planing, Langenhaslach
José-Manuel Seabra • 11 de julio, Bell Suiza AG, Basel
Simone Hertrich • 12 de julio, Bell Suiza AG, Basel
Dominique Firmin • 1 de agosto, Bell Suiza AG, Basel
Doris Ignaczak • 1 de agosto, Bell Suiza AG, Basel
Jean-Jacques Ott • 1 de agosto, Hügli Nahrungsmittel AG, Steinach
Christian Peter • 8 de agosto, Bell Suiza AG, Basel
Thierry Viron • 8 de agosto, Bell Suiza AG, Basel
Margit Bortoli • 1 de septiembre, Hügli Nahrungsmittel GmbH, Radolfzell
Thomas Denne • 1 de septiembre, Bell Suiza AG, Basel
Nathalie Gilletv • 1 de septiembre, Bell Suiza AG, Basel
Genevieve Ott • 1 de septiembre, Bell Suiza AG, Basel
Pierre-Alain Saugy • 1 de septiembre, Hilcona Gourmet, Orbe
Bernard Sester • 1 de septiembre, Bell Suiza AG, Basel
Horst Schüler • 12 de septiembre, Hügli Nahrungsmittel GmbH, Radolfzell

45 años

Joaquín Maroco Barradas • 1 de agosto, Bell España Alimentación S.L.U., Casarrubios del Monte
--

Jubilaciones anticipadas

Brigitte Braun • 30 de noviembre, Bell Suiza AG, Basel <i>(adición)</i>
Walter Boch • 31 de marzo, Hilcona, Schaan <i>(adición)</i>
Marie Krejčová • 29 de abril, Hügli Food s.r.o., Zásmuky <i>(adición)</i>
Christine Descot • 30 de abril, Bell Suiza AG, Basel <i>(adición)</i>
Jean-Jacques Berna • 31 de mayo, Bell Suiza AG, Basel <i>(adición)</i>
Eva Košťálková • 31 de mayo, Hügli Food s.r.o., Zásmuky <i>(adición)</i>
Marcel Onorato • 31 de mayo, Bell Suiza AG, Basel <i>(adición)</i>
Antero Pedreira Rodrigues • 30 de junio, Bell Suiza AG, Cheseaux <i>(adición)</i>
Othmar Zettel • 30 de junio, Bell Suiza AG, Zell <i>(adición)</i>
Thomas Drissner • 31 de julio, Hilcona, Schaan
Carmen Ihrke-Gebhardt • 31 de julio, Bell Suiza AG, Basel
Hanspeter Neyer • 31 de julio, Hilcona, Schaan
Jürgen Otteny • 31 de julio, Bell Suiza AG, Basel
Slavica Cakic • 30 de septiembre, Hügli Nahrungsmittel AG, Steinach

Jubilaciones

Gabriele Maier • 30 de abril, Hügli Nahrungsmittel GmbH, Radolfzell <i>(adición)</i>
Beat Bayer • 31 de mayo, Hügli Nahrungsmittel AG, Steinach <i>(adición)</i>
Gizela Rekece • 31 de mayo, Hügli Nahrungsmittel AG, Steinach <i>(adición)</i>
Franziska Salzlechner • 31 de mayo, Hubers Landhendli, Pfaffstätt <i>(adición)</i>
Ovidiu Cercel • 30 de junio, Eisberg Rumanía, Pantelimon <i>(adición)</i>
Irmgard Bauer • 31 de julio, Inter-Planing, Langenhaslach
Cornelia Winterle • 31 de julio, Hügli Nahrungsmittel GmbH, Radolfzell
Walter Bieri • 31 de agosto, Bell Suiza AG, Oensingen
Erich Bieri • 30 de septiembre, Hilcona, Salez
Reiner Köttel • 30 de septiembre, Hügli Nahrungsmittel GmbH, Radolfzell
Norbert Lieblang • 30 de septiembre, Eisberg Suiza, Dällikon, Feldhof
Michael Mayenknecht • 30 de septiembre, Hilcona, Schaan
Steffen Pusch • 30 de septiembre, Hügli Nahrungsmittel GmbH, Radolfzell

Despedida

Maja Mühleis • 10 de enero, Eisberg Suiza, Dällikon, Feldhof
Helena Veiga Gaspar • 4 de febrero, Bell France, Aime
Yvonne Hirt • 12 de marzo, Eisberg Suiza, Dällikon, logística

Queremos expresar nuestro más sentido pésame para la familia y el entorno de los fallecidos.

Pregúntanos

¿Nuestro departamento de RR. HH. me ayuda a progresar profesionalmente?



Nuestro mundo laboral evoluciona, al igual que nosotros.

Obtén respuestas a tus preguntas y dudas:
bellfoodgroup.com/hr

Members of Bell Food Group



Pregúntanos
es una iniciativa de la estrategia de RR. HH. 2026+

Formación para el personal directivo sobre la gestión de bajas y reincorporaciones

Puro teatro

Tinnitus, distanciamiento social, alteraciones del ánimo o del rendimiento: detectar a tiempo los indicadores de una crisis y mantener conversaciones sobre posibles bajas y una posterior reincorporación son los contenidos de un nuevo taller para el personal directivo de Bell en Suiza. Un teatro foro con actores profesionales brinda apoyo.



Abordar el tema no siempre es sencillo.

La salud es importante. Lógicamente, también en el puesto de trabajo. En materia de salud de los empleados, el personal directivo asume una importante responsabilidad. Y es que

Para asistir al personal directivo en esta tarea, Bell Suiza, en colaboración con la aseguradora SWICA, ofrece un nuevo taller de formación en gestión de bajas y reincorporaciones. «Queremos formar al personal directivo en la detección precoz de las características de una crisis y darles seguridad a la hora de mantener conversaciones sobre prevención, sobre bajas y excedencias y sobre la reincorporación al puesto de trabajo», explica Daniel Strub, del grupo de trabajo BGM.

El objetivo es fomentar una actuación temprana, pues cuanto más se prolonga una ausencia, mayor esfuerzo requiere luego la reintegración. Naturalmente, los trabajadores también desempeñan un papel importante: cuando se enfrentan a situaciones laborales

desfavorables, sufren limitaciones por motivos de salud o situaciones privadas difíciles, es importante que acudan a tiempo a su superior o a Recursos Humanos. Así pueden recibir apoyo en una fase temprana. «El objetivo de la gestión de la salud en la empresa es contar con empleados sanos y satisfechos», comenta Daniel Strub.

El nuevo taller de cuatro horas de duración consta de dos partes. En la primera parte teórica se trata la detección precoz de los signos del estrés, que se pueden manifestar de forma física, psíquica, en el comportamiento social o en el trabajo. *Tinnitus*, dolor, dificultades de concentración o no tomar vacaciones son algunos signos que pueden apuntar al estrés. Adicionalmente, en el taller se tratan cuestiones fundamentales de protección de datos y documentación. Los datos sobre la salud de los empleados se consideran información especialmente sensible que debe protegerse frente al acceso de personas no autorizadas.

La segunda parte práctica consta de un teatro foro, en el que actores profesionales representan escenas en las que se conversa so-

bre prevención, bajas o reincorporación. Esta formación práctica se centra en cómo mantener las conversaciones con los empleados. Por ejemplo, es importante plantear preguntas abiertas y aclaraciones, pero también argumentar de forma objetiva y basada en datos y ofrecer apoyo. La comunicación desde una perspectiva personal y prescindir de «barreras» como un ordenador o un formulario también facilitan el diálogo.

Este taller ya se realizó por primera vez en 2019. Los participantes valoran especialmente la parte de teatro interactivo, tal y como reveló el análisis del proyecto piloto. Nueve de diez participantes recomendaron que se llevara a cabo el taller, si bien la introducción se retrasó por la pandemia. A partir de ahora, el taller se ofrece en todos los centros de Bell. • jk



Al final de cada conversación, los participantes discutieron sobre qué podrían haber hecho mejor. Por ejemplo, valoraron negativamente sentirse sobre la mesa durante la conversación.



Gritando «¡Stop!», los participantes podían interrumpir a los actores para tomar su lugar e intentar el propio enfoque.

¿Qué es lo que más le ha gustado?



¡Su opinión puede tener premio!

Queremos que la lectura de LOOK! sea un placer. Por eso necesitamos su opinión. De esta forma podremos seguir mejorando LOOK! y asegurarnos de que cada nuevo número le sepa a más. Nos interesa saber: ¿Qué es lo que más le ha gustado de este número de LOOK!? ¿Un artículo en concreto? ¿Tal vez una foto? ¿O simplemente le ha quedado una frase determinada en el recuerdo? **Háganoslo saber y rellene el formulario disponible a través del código QR.**

Como agradecimiento, entre todas las respuestas sortearemos 10 vales de compra por valor de 70,- €.

Envíenos su opinión (código QR) hasta el 8 de septiembre de 2023 para participar en el sorteo. Informaremos directamente a las personas ganadoras. No se proporcionará información sobre el sorteo ni por escrito ni telefónicamente. Por cada participante, solo se aceptará una respuesta.