

# LOOK!

Revista para los empleados de Bell Food Group

01 2024



***Las mejores posiciones  
de salida para los  
profesionales del mañana***

BELL  
FOOD  
GROUP





## Contenido

### De la empresa

- 4 «Disfruté mucho cada día»**  
Entrevista con Lorenz Wyss, CEO

### Trabajando en Bell Food Group

- 8 Un menú de aprendizaje para distribución y ventas**  
Sales Academy: primer programa de formación global
- 11 Encuesta a los empleados de 2024**  
Del 21 de mayo al 18 de junio

### Artículo

- 12 Las mejores posiciones de salida para los profesionales del mañana**  
La formación profesional como inversión de futuro

### Sostenibilidad e innovación

- 18 cada gota cuenta**  
Uso sostenible del agua

### Nuestro mundo del placer

- 22 Eso sí se deja ver**  
Bien presentado sabe aún mejor
- 26 La primavera será así de colorida**  
Hay de todo, desde afrutado a crujiente

### Personal

- 29 «Trabajo junto a mi hermana desde el primer día»**  
Aniversarios y jubilaciones de abril a junio de 2024

### Comentarios y sorteos

- 32 ¿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](http://look.bellfoodgroup.com)

**Pie de imprenta** Revista para la plantilla del Bell Food Group, 4 números al año, núm. 1/2024, abril 2024, 30.º año.  
Edita: Bell Food Group AG, Elsässerstrasse 174, 4056 Basilea, Suiza. Dirección: Bell Schweiz AG, Redaktion LOOK!, Postfach 2356, 4002 Basilea, Suiza. Tel. +41 58 326 2447, [look@bellfoodgroup.com](mailto:look@bellfoodgroup.com), [www.bellfoodgroup.com](http://www.bellfoodgroup.com).  
Redacción: Sara Heiniger (sh), dirección. Apoyo editorial: Michaela Rosenbaum (mr), Adrian Portmann (ap).  
Fotos: Stefan Schmidlin Fotografíe, Basilea (Suiza), p. 4-7; atelierkorak ag, Riehen (Suiza), p. 22-25.  
Diseño: oblògrafik, Olten, Suiza. Edición de imágenes: Proacteam AG, Allschwil, Suiza. Impresión: SWS Medien AG PriMedia, Sursee, Suiza.  
Impreso en papel FSC. Cambios de dirección: diríjase a su oficina de RR. HH. competente o al departamento de personal.

La foto de portada muestra a Moritz Höft (fondo a la izquierda) e Ihsan Mamuti (primer plano), dos estudiantes de la DHBW (Universidad Dual de Baden-Württemberg) en Ciencias empresariales/Gestión de Aplicaciones de Informática Empresarial en el Bell Food Group de Basilea. La foto fue tomada en el evento de aprendices de 2023 durante la velada de la primera noche, un concierto del grupo No Caps.

## El don de poder demostrar tu valía

### Queridos empleados, queridas empleadas:

Empecé mi carrera profesional hace casi 50 años con una formación como carnicero en una carnicería de Arlesheim (Suiza), donde crecí. Opté por esta formación principalmente por la gente de la empresa y no tanto porque me interesara la profesión. La gestión fue buena, muy personal y auténtica, honesta y correcta. Me sentí muy a gusto en este ambiente familiar. Además, mi jefe me animó y me dio confianza: en mi segundo año de formación, despidieron al jefe del departamento de embutidos y me permitieron asumir la dirección después de que mi jefe dijera: «¡Puedes hacerlo!» Eso me marcó. El hecho de que entonces me permitieran ser yo mismo, de que no tuviera que fingir y pudiera demostrar de qué pasta estaba hecho, fue un auténtico regalo. Queridos empleados y empleadas, también debemos hacer este regalo a nuestros aprendices.

Por supuesto, las condiciones marco en las que estamos trabajando actualmente son importantes, como se puede leer en nuestro reportaje de portada. Pero también se trata de cómo nos relacionamos con los jóvenes. Nuestro trabajo consiste en escucharlos, responderles y estar para ellos.

Siempre me molesta oír a la gente enfadarse por «los chavales». Todos fuimos jóvenes alguna vez. Los jóvenes de hoy son distintos de los de hace diez años, y también lo serán dentro de cinco. Y eso es bueno y correcto. Porque esta diversidad es un enriquecimiento para nuestra empresa. Es un verdadero placer poder transmitir a los jóvenes la pasión por una profesión y un oficio, motivarlos y verlos florecer y dar forma a nuestra empresa con sus ideas y su compromiso. Sobre todo si deciden quedarse en la empresa después de su formación. No porque sea la opción más fácil, sino porque disfrutan con su trabajo y se sienten cómodos con nosotros. Si lo conseguimos, cada aprendiz será una inversión en nuestro futuro.

**Nuestro trabajo es responderles y estar para ellos.**



Como procesadores de alimentos, contamos con especialistas bien formados que conocen nuestra industria y nuestro negocio, ya sea en tecnología, producción, logística, informática o administración. Por eso, el Bell Food Group se ha marcado el objetivo de duplicar el número de aprendices de aquí a 2026. Para lograrlo, no solo debemos diferenciarnos por nuestros productos, sino también estar a la vanguardia de la formación y ofrecer a nuestros aprendices un programa de formación profesional único.

Como Bell Food Group, tenemos condiciones únicas para ello: con la diversidad de nuestro Grupo y la conexión con la empresa matriz Coop, podemos ofrecer a nuestros jóvenes perspectivas con las que yo solo podía soñar después de mi formación. Si hubiera tenido la oportunidad de adquirir experiencia en España, el norte de Alemania o Francia después de mis estudios, ¡me habría ido de viaje enseguida!

Lorenz Wyss  
Presidente de la dirección del grupo

Entrevista con Lorenz Wyss, CEO

# «Disfruté mucho cada día»

En junio, Lorenz Wyss dejará el cargo de CEO tras 13 años y cederá el testigo a su sucesor. En una entrevista con LOOK!, habla de cómo ha cambiado el Bell Food Group desde 2011, de lo que le espera en el futuro y de por qué, sin lugar a duda, no dedicará su tiempo a envejecer. • sh

**¿De qué te sientes especialmente orgulloso desde que asumiste el cargo de CEO en 2011?**

¿Orgulloso? De que me permitieran estar allí tanto tiempo y de que no me mandaran a paseo. (ríe) No, bromas aparte. Estoy orgulloso de la

**Cuando empecé aquí, la gente aún fumaba en las oficinas.**

evolución que ha experimentado nuestro grupo durante este tiempo. Hemos crecido. Sobre todo en el sector convenience, en el que ahora desempeñamos un papel destacado sin descuidar nuestra actividad principal con la carne y los embutidos, sino todo lo contrario. Hemos aumentado nuestra rentabilidad, ganado cuota de mercado y afinado y centrado nuestro negocio, y nuestro éxito nos da la razón. Nuestras estrategias funcionan. Este es un buen punto de partida para mi sucesor Marco Tschanz.

**¿Cuál es tu hito personal de los últimos 13 años?**

Mi hito personal es que puedo levantarme sano por la mañana. Porque así todos los días tengo

la oportunidad de hacer un cambio y hacer algo mejor. (pensando) Quizá sea una bonita coincidencia que el 13 siempre haya sido mi número de la suerte. En este sentido, mi punto culminante sería haber podido pasar estos 13 años en el Bell Food Group. En un sector con el que me siento muy vinculado y con personas que me son muy cercanas y con las que disfruto trabajando cada día. No me he arrepentido ni un solo día de mi decisión de aceptar este puesto en el Bell Food Group en 2011.

**¿Qué ha cambiado desde entonces?**

Creo que la cultura. Cuando empecé aquí, la gente aún fumaba en las oficinas y bebía vino durante el almuerzo. Hemos cambiado eso. Creo que hemos desarrollado una cultura con la que me identifico mejor. La gente es más honesta, más coherente, más auténtica y más receptiva con los demás. Pero lo esencial sigue siendo lo mismo: una gran empresa y grandes empleados.



**¿Y cómo has cambiado tú?**

Sin duda he aprendido mucho. Después de empezar en una empresa pequeña, conocí bastante bien el comercio minorista durante mi estancia en Coop. Luego pasé a la producción industrial en el Bell Food Group. Hoy tengo un gran conocimiento de todo el proceso. Sin duda, me gustaría que esto estuviera disponible en el futuro. Al menos ese es el plan.

**A propósito de planes: ¿qué te espera en el futuro?**

Actualmente estoy acondicionando el garaje de mi moto. Llevo montando en moto con un grupo de amigos desde los 18 años y hace

tiempo que buscamos un lugar para reunirnos. Yo vivo en Basilea. Pero en Arlesheim (suburbio de Basilea; N. del E.), donde crecí, ahora hemos encontrado un gran lugar de encuentro para los cuatro en este garaje. Sigue faltando un frigorífico. ¡Per la cerveza ya la he comprado! (ríe) Una gran barbacoa y estará todo listo. ¡No puedo quedarme en casa todo el tiempo! De hecho aún me quedan algunas cosas por hacer. Aficiones y deporte, por ejemplo. Estaré encantado de ofrecer mis conocimientos y experiencia en el sector, si es lo que se necesita. Tal vez en una fundación, así también podrá devolver algo.

**Actualmente estoy acondicionando el garaje de mi moto.**



### **Nuestra gente está en buenas manos con Marco.**

#### **¿Qué es lo que más te alegra?**

Que me levanto sano por la mañana. Siempre digo: si estás sano, puedes hacer cualquier cosa. Lo que desde luego no voy a hacer: comer un cruasán a las 9 de la mañana, leer el periódico y verme envejecer. ¡No estoy hecho para eso!

#### **En vez de eso, ¿qué vas a hacer?**

Seguro que viajaré. Iré en moto por Estados Unidos, por ejemplo. Quizás el 6 de junio, viaje a Normandía para el Día D. Siempre me ha interesado la historia y tener tiempo para vivirla es un regalo. Todavía tengo muchas ideas y sueños. Vivo de realizarlos. Que todos salgan bien es otra cuestión. (ríe)

Pero sin duda también tendré tiempo para mi entorno. Tengo una familia maravillosa, amigos maravillosos. Los visitaré. Por ejemplo, me han invitado a una boda en Bolonia, en septiembre. Ahora puedo dedicarle tiempo. Conducir sin prisas hasta Italia y parar una y otra vez. Lo estoy deseando. Mi pareja ya decía: «¿Estarás en casa todo el día cuando te jubiles?». «¡Claro que no!», le dije, y ella respondió: «¡Entonces perfecto!» (ríe)

Bueno, realmente tengo que decir: estos 13 años han sido una gran época. Han pasado demasiado rápido, pero he disfrutado cada día, realmente *cada* día. Y no querría perderme ni una hora.

#### **¿Qué a vas a echar de menos?**

A vosotros. A vosotros como personas. Si pasas todos los días con gente que te gusta y con la que te sientes a gusto, lo echarás de menos.

### **De 2011 hasta 2024**

Desde que Lorenz Wyss se incorporó al Bell Food Group como CEO en 2011, el Grupo no ha dejado de desarrollarse. Las ventas han pasado de 2500 millones de CHF a más de 5000 millones. El número de empleados se ha duplicado con creces.

#### **Internacionalización y expansión de la actividad principal**

Adquisición de Hubers e inversiones en ampliaciones de plantas (Zell, Niepołomice) o nuevos edificios (Fuensalida).

#### **Ampliación del pilar Convenience**

Adquisición de Hilcona, Gastrostar/Eisberg/Sylvain & CO y Hügli, construcción de un nuevo edificio en Marchtrenk y entrada en el mercado austriaco de comida preparada.

#### **Inversiones en rendimiento**

Modernización y ampliación de Oensingen y plan de desarrollo de las plantas de Schaan y Steinach

#### **¿Qué te gustaría transmitir a esta gente, a la gente del Bell Food Group?**

Sencillamente: me caéis bien. Seguid siendo como sois.

#### **¿Qué le dirías a tu sucesor?**

No quiero transmitir ninguna gran sabiduría. Me alegro de que venga alguien a quien pueda entregarle la llave y confiar en que saldrá bien. Estoy agradecido por ello. Marco hará un buen trabajo. La plantilla del Bell Food Group está en buenas manos con él.

#### **Y por último: ¿Con qué comida empezarás tu próximo capítulo?**

Con una salchicha Bratwurst de ternera de San Galo, por supuesto. Ya hemos comprado la cerveza y todavía estoy esperando la nevera para el garaje. (ríe) En esta nevera siempre habrá una salchicha de ternera de San Galo, además de cerveza y agua mineral, ¡no se puede prescindir de ellas! Y eso es todo lo que realmente se necesita. • sh

Sales Academy: primer programa de formación global

# Un menú de aprendizaje para distribución y ventas

En mayo comienza el primer programa de aprendizaje para todo el grupo Bell Food Group. Está dirigido a los empleados de los departamentos de ventas y distribución y les acompañará durante varios años en su carrera profesional. La nueva Sales Academy se desarrolló en estrecha colaboración entre el Centro de Competencias de Ventas y el departamento de Desarrollo de Personal.

El primer grupo de formación de la nueva Sales Academy se reunirá en Zúrich en mayo para el «Entremés» en su «Menú MyLearning». El nuevo programa de formación recibió este nombre en consonancia con el valor del Bell Food Group: «Nos gusta el placer».

En consecuencia, hubo un «Aperitivo» virtual antes de este primer acto presencial. A continuación vendrán el «Plato principal», el «Segundo plato» y el «Postre». Al igual que



«Durante la fase de preparación, fue especialmente emocionante llevar a cabo el análisis de necesidades e identificar los distintos grupos de interesados de las distintas empresas de ventas, así como las diversas expectativas y requisitos. Creo que nos ha salido muy bien. En conjunto, el programa de formación no solo es una valiosa herramienta para el perfeccionamiento de nuestros empleados actuales, sino también una oferta atractiva para los potenciales candidatos».

**Roland Ferraro, Jefe de Ventas/gestión de productos en Bell Suiza**

una comida en un restaurante, este menú de aprendizaje se preparó cuidadosamente con antelación.

«El Centro de Competencias de Ventas se dirigió al departamento de RR. HH. con la petición de desarrollar un programa de formación específico y global para ventas y distribución», informa Selina Weber, especialista en RR. HH. para el desarrollo de personal en el Bell Food Group.

Con esta idea, el CC de Ventas perseguía otros objetivos importantes, además de la formación exhaustiva de sus empleados. Por un lado, los actos presenciales entre grupos pretenden fomentar la formación de una red y el aprovechamiento de sinergias. Por otro lado, un programa de este tipo es también una razón atractiva para que los potenciales candidatos elijan el Bell Food Group.

**Hubo un «aperitivo» virtual antes del primer acto presencial.**

## Aperitivo

El menú empieza para todo el mundo con un autoaprendizaje virtual sobre organización del trabajo.



## Entremés

La comunicación y la apariencia están en el menú del plato principal.



## Plato principal

Los fundamentos de la distribución y las ventas se sirven con el plato principal.



## Segundo plato

El menú de perfeccionamiento continúa con las especificidades de cada campo profesional.



Los tres menús de formación complementaria de la Sales Academy se adaptan a las necesidades específicas de cada campo profesional.



## Postre

El postre es donde se decide si continuar con una carrera especializada o de gestión.



«Al principio, mi objetivo era crear un programa conjunto de formación en ventas, pero al final hemos conseguido un programa de formación completo para tres grupos de destinatarios diferentes. Realmente estupendo, ¡muchísimas gracias! El objetivo es apoyar a los jóvenes empleados en su desarrollo y, al mismo tiempo, dar a los «veteranos» la oportunidad de mantenerse en forma y trabajar en sí mismos a través de una formación de actualización específica. La formación es clave para avanzar como organización, aplicar con éxito nuestras estrategias y triunfar en el mercado».

Simone Brosy, jefa de LEH, Hilcona

En el primer paso, el equipo de desarrollo se enfrentó a la tarea de poner en común las distintas necesidades de todas las zonas y países de la región DACH (Alemania, Austria y Suiza) para crear un programa adecuado para todos. Para ello, primero

«Tenemos un programa completo para tres grupos de destinatarios».

identificó los puntos en común de las ventas internas, la gestión de grandes cuentas y las ventas sobre el terreno, y definió los criterios necesarios para que los empleados de estos campos dominen con éxito sus situaciones laborales.

«Basándonos en estos resultados, pudimos desarrollar los contenidos y crear los cursos para estos grupos», explica Selina Weber. «Es muy importante que utilicemos este

programa para apoyar a las personas en su desarrollo a largo plazo, es decir, idealmente durante varios años de su carrera».

Por ello, el programa, dirigido a todo el equipo de ventas y distribución, comienza con la organización del trabajo. A continuación, se tratan temas relacionados con el acercamiento al cliente y los fundamentos de la venta y la distribución. Al plan de estudios le siguen aspectos específicos para cada grupo. En el «postre» es donde se decide si se quiere seguir una carrera especializada o de gestión.

«Con los cursos de formación básica para puestos especializados o de gestión, seguimos desarrollando el programa de formación normalizado y las personas reciben más apoyo en función de sus necesidades», afirma Selina Weber.

No obstante, en las primeras fases del programa también se tienen en cuenta las necesidades individua-



«Con el nuevo concepto de formación, perseguimos el objetivo de dominar mejor los retos diarios de las ventas, afinar nuestras habilidades y aprender nuevos enfoques. Y puesto que muchos de los problemas básicos de nuestras empresas y de nuestros países son similares, merece la pena aunar fuerzas. Ya teníamos muchas ideas y era cuestión de reunir los distintos elementos. Las sesiones de formación conjuntas nos ayudarán ahora a vivir el concepto de grupo, aprender de las experiencias de nuestros compañeros y crear redes entre las unidades».

Marc Tissot, CCO B2B del Grupo Hügli



«En una empresa, las personas y su cooperación eficaz e global son algunos de los factores de éxito. Poder intercambiar ideas con los compañeros refuerza la identificación con nuestro grupo, lo que puede ser muy motivador para los participantes. Las buenas prácticas también pueden debatirse y aplicarse en todo el grupo. Porque nos permite diferenciarnos de otras empresas, generar ventajas competitivas y distinguirnos. Además, la Sales Academy también es un punto a favor a la hora de contratar personal externo».

Martin E. Schygulla, presidente del consejo de administración, director de la división Bell Alemania y España

les de los participantes. Por ejemplo, se puede empezar en distintos momentos en función de la experiencia, y la velocidad a la que se completa la Sales Academy también depende de cada persona.

Con la Sales Academy, el CC de Ventas y el departamento de Desarrollo de Personal han lanzado el primer programa de formación global del Bell Food Group. Y quizá no sea el último. Siguiendo este modelo, otros departamentos que también necesiten conceptos de formación para todo el grupo pueden diseñar sus propios programas junto con el departamento Desarrollo de Personal. • mr

BELL FOOD GROUP



## Encuesta a los empleados de 2024 Del 21 de mayo al 18 de junio

**La encuesta se realiza en línea.** Recibirá una carta de invitación o una invitación digital en su dirección de correo electrónico profesional (por motivos de protección de datos, solo en Suiza y Liechtenstein).

**La encuesta puede cumplimentarse en los siguientes idiomas:** alemán, francés, inglés, español, italiano, neerlandés, húngaro, polaco, rumano, bosnio, croata, serbio, eslovaco, portugués, turco, tamil, ucraniano, checo, búlgaro y cingalés.

Members of Bell Food Group



**Anonimato:** la encuesta la realiza Empiricon. Empiricon garantiza la total confidencialidad en el tratamiento de sus datos personales. Al analizar los datos, se garantiza que no puedan extraerse conclusiones sobre las personas individuales. Los datos solo se analizan de forma resumida y en relación con grupos de al menos 5 encuestados. El Bell Food Group no puede acceder en ningún momento a los registros de datos individuales.



La formación profesional como inversión de futuro

# Las mejores posiciones de salida para los profesionales del mañana

Una formación profesional atractiva garantiza la mano de obra cualificada del mañana. El número de puestos de aprendices en el Bell Food Group se duplicará de aquí a 2026. La atención se centra en las áreas de tecnología, producción y logística.

Como empresa, ofrecer una sólida formación profesional es cosa de la dirección. «La dirección del Bell Food Group apoya plenamente el programa de formación profesional de la empresa», afirma

Endrik Dallmann, responsable de RR. HH. del Bell Food Group. Junto con su equipo, es responsable del

apoyo a más de 12.000 empleados en 16 países europeos, entre ellos unos 160, en su mayoría jóvenes, que están completando actualmente una formación profesional en producción, logística, tecnología, informática o administración. Endrik Dallmann, que comenzó su carrera profesional hace 30 años con un programa de formación profesional en la empresa como empleado industrial en Hügli Alemania, percibe cómo han cambiado las expectativas de los futuros profesionales y las exigencias a las empresas de formación en las últimas décadas. «Me doy cuenta de pri-

mera mano cuando hablo con mis propios hijos». Tienen entre veintipocos y veinticinco años y, por tanto, forman parte de la generación Z, el grupo de jóvenes al que queremos animar a cursar formación profesional hoy en día. «No siempre es fácil captar plenamente las expectativas de la generación Z, y mucho menos cumplirlas, pero vamos por el buen camino», afirma Endrik Dallmann con confianza. «Lo que los jóvenes quieren cada vez más de sus carreras profesionales hoy en día es un sentido de finalidad en su trabajo, incluso durante su formación. Esto está ligado al deseo de un alto grado de autodeterminación». Para satisfacer esta necesidad, es importante crear un marco en el que la plantilla pueda desarrollarse en su trabajo.

## El networking refuerza la cooperación

Una de las tareas de una buena empresa de formación es escuchar las necesidades de los alumnos y apoyarlos y reforzarlos a lo largo del camino. Esto incluye también la creación de contactos entre los alumnos. «En una reunión que se celebra cada dos años, los aprendices de las distintas empresas y profesiones se conocen personalmente y tienen la oportunidad de trabajar juntos en talleres», dice Endrik Dallmann. Esto ha dado lugar a una red social propia, que facilita el diálogo incluso cuando los jóvenes profesionales hace tiempo que han regresado a sus empresas para proseguir con sus tareas profesionales.



## La gran reunión

**Cuando llega de nuevo el momento del evento de aprendices, más de 100 jóvenes de cuatro países viajan para desafiarse mutuamente y pasar un buen rato juntos.**

En el evento de aprendices del Bell Food Group, aprendices de Alemania, Austria y Suiza se reúnen cada dos años para realizar un proyecto conjunto, aprender unos de otros y, por último, pasar un rato inolvidable juntos. Unos 130 participantes y 20 acompañantes participaron en la última edición, que, como en años anteriores, se celebró en Muggingen, al norte de la ciudad de Biel, en el cantón de Berna. En el desafío «The Burger Factory», se pidió a

un total de 24 grupos que crearan su propia receta de hamburguesa que hiciera la boca agua al jurado. El equipo ganador convenció a los jueces con su trabajo bien hecho y su presentación especialmente sabrosa. Además de los bonos de viaje que ganaron, los campeones hamburgueseros deben de haberse sentido especialmente satisfechos al encontrar su propia receta en un libro de cocina diseñado e impreso por profesionales.

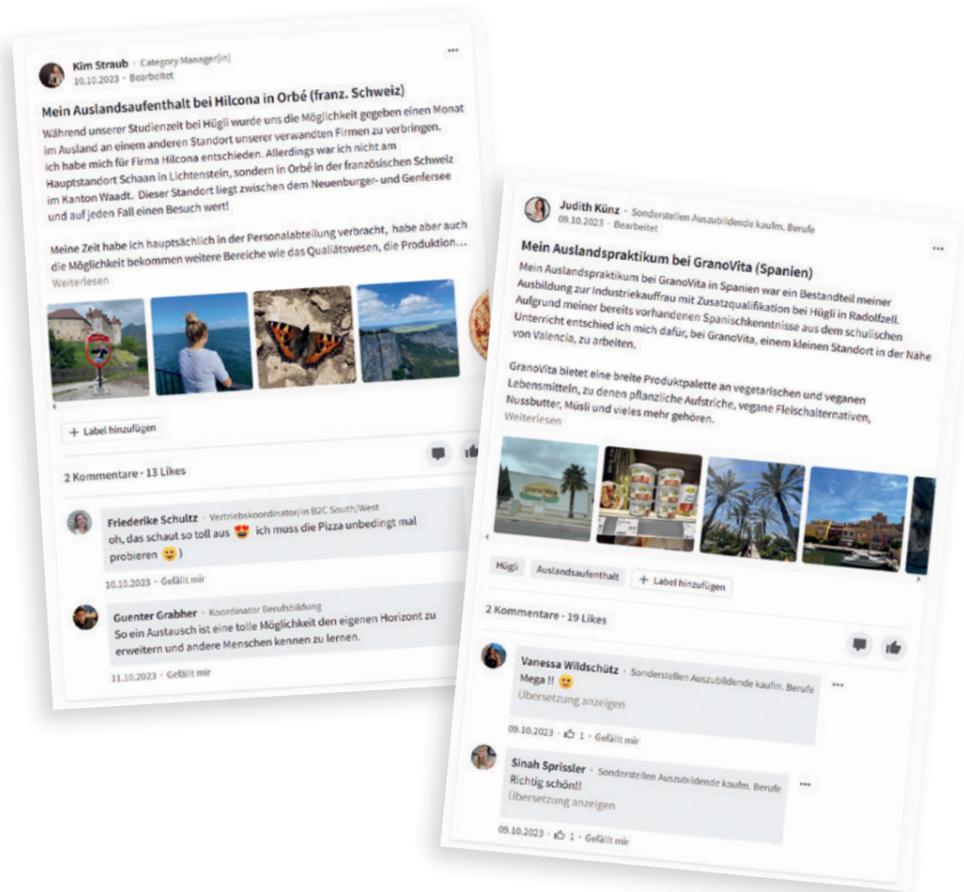
Una mezcla de colores con camisetas a juego: Bell de rojo, Eisberg de verde, Hilcona de azul y Hügli de blanco. En rosa el equipo Crea, que acompañó el acto con imágenes y fotos, y en negro los acompañantes.

## Las ventajas de ir más allá

**Durante una estancia en el extranjero, los aprendices se sumergen en nuevos mundos y conocen de primera mano las diferencias y similitudes entre las distintas empresas.**

Un país nuevo, una lengua diferente, una cultura apasionante: si los aprendices deciden pasar un mes en el extranjero durante su formación, les espera una época apasionante. Ya sea para ingeniero mecánico o administrativo industrial: el primer paso es elegir un lugar. Como grupo de empresas que opera en toda Europa, el Bell Food Group tiene mucho que ofrecer, y la elección de destinos puede compararse fácilmente con un catálogo de vacaciones. Pero hay que decir: las vacaciones son otra cosa. Al fin y al cabo, los jóvenes pueden echar una mano en cuanto llegan a la empresa que han elegido. No solo serán acogidos por un nuevo equipo, sino que conocerán de primera mano el funcionamiento interno de una empresa diferente y trabaja-

rán con ella desde el primer día. Además del trabajo, hay tiempo para conocer mejor el país y sus gentes, visitar lugares de interés y perfeccionar el idioma. Una experiencia valiosa no solo para la futura carrera profesional, sino para toda la vida.



En el stream de aprendices de la aplicación para empleados my Bell Food Group, los aprendices informaron sobre sus estancias lingüísticas.

### Dos lugares de formación, un modelo de éxito

El cambio demográfico implica que un número de profesionales superior a la media dejará las empresas en los próximos años y se acogerá a su merecida jubilación. El Bell Food Group está adoptando diversas medidas

### El objetivo es crear un total de 300 puestos de aprendices de aquí a 2026.

El objetivo es ofrecer un total de 300 plazas de formación, sobre todo en Suiza, Alemania y Austria. Es decir, en aquellos países donde se favorecen

para hacer frente a esta situación. Esto incluye el esfuerzo por aumentar significativamente el número de aprendices de aquí a 2026.

las ventajas del sistema de formación profesional dual. El sistema dual se centra en la formación simultánea en la empresa y en una escuela de formación profesional. En la lucha contra la escasez de mano de obra cualificada, este tipo de formación profesional sirve de modelo en todo el mundo. «Otra opción interesante es el programa de estudios duales, que combina el estudio en una universidad de ciencias aplicadas con la formación en la empresa y que ya se utiliza con éxito, sobre todo en Alemania. Los estudios y las prácticas se alternan cada tres meses», explica Endrik Dallmann.

### Duplicar el número de aprendices: El taller de gestión desarrolla el concepto

Un grupo de trabajo está estudiando cómo alcanzar este ambicioso objetivo. En el llamado taller de gestión, un equipo transnacional de colegas trabaja en un concepto que servirá de base para duplicar el número de plazas de

## Aquí la carnicería se queda en el pueblo

**En el ambiente familiar de una pequeña carnicería de pueblo, se podrá aprender el oficio desde la base. Algo bueno no solo para los especialistas carniceros en ciernes, sino para toda una región.**

Después de casi 40 años, la carnicería Stübi de Matzendorf, no lejos del emplazamiento de Bell en Oensingen, estaba a punto de cerrar. El matrimonio Stübi, propietario de la apreciada carnicería del pueblo, estaba a punto de jubilarse y buscaba un sucesor. Se dieron cuenta de que no era tarea fácil. Dado que la cooperación con Bell en el ámbito de la formación había sido fructífera durante muchos años, el destino de la carnicería del pueblo también preocupaba a los responsables de Bell, que se pusieron manos a la obra para encontrar una solución que garantizara el futuro del negocio. La antigua carnicería Stübi pasa a llamarse Thaler-Metzg y, a partir de ese momento, servirá exclusivamente como centro de formación de Bell Suiza. Bajo la experta dirección de Michael Saner, antiguo aprendiz de Stübi y actual director gerente, los incipientes carniceros de Bell aprenden el oficio de charcutero en la carnicería del pueblo. La gran ventaja es que, tras su aprendizaje, dominan todo el espectro de la transformación y el

refinamiento de la carne. Las galardonadas recetas originales de la familia Stübi se conservarán y la población local podrá seguir disfrutando de tener su propia carnicería en su barrio. Una empresa en la que no solo una nueva generación está aprendiendo el oficio tradicional, sino que también se centra en la carne producida de forma sostenible en la región y cuya dirección sigue siendo sinónimo de la mejor calidad.



thaler-metzg.ch/ausbildung/



## Avanzar en lugar de quedarse parado

**Los aprendices no solo deben aprender adecuadamente su oficio y experimentar el aprecio por su trabajo, sino también ser retenidos en la empresa gracias a unas condiciones de trabajo avanzadas y una remuneración justa.**



Andreas Begré, director de formación profesional de Bell en Suiza

La formación profesional es una de las principales prioridades del Bell Food Group. Lo único que se quiere es ser uno de los mejores en este campo. Con esta aspiración también se pretende atraer a los mejores aprendices. Para alcanzar este ambicioso objetivo, es importante que se pueda proporcionar la infraestructura necesaria y que el contenido de la formación sea el adecuado. «Estamos dando el siguiente paso», afirma Andreas Begré, director de formación profesional de Bell Suiza, al describir las

medidas adoptadas para hacer aún más atractiva la formación profesional dentro del Bell Food Group. «Como parte de una evaluación, registramos el estado actual y deducimos de nuestro análisis hacia dónde debe dirigirse el camino». Aparte del contenido específico de la formación, las condiciones de empleo también son un tema que se trata de forma permanente. Además de unas condiciones de trabajo avanzadas, esto incluye también una remuneración moderna y justa para los futuros especialistas.

## Lo que dicen los aprendices sobre la elección de su profesión



**Juan Riveiro, en su 3.º año de aprendizaje como operario de planta en Hilcona en Schaan:**

«Me gustaría quedarme en Hilcona y seguir formándome. Llevo tres años en la empresa y conozco un poco todo su funcionamiento. Creo que así podré ser útil a Hilcona con mis conocimientos».



**Alessio Arieta, en su 3.º año de aprendizaje como cocinero en Bell en Zell:**

«Pude completar mi aprendizaje como chef EFZ (certificado suizo de competencia, N. de T.) en Bell, en Zell, durante casi tres años. Me gusta especialmente trabajar en Bell porque siempre tienes la oportunidad de conocer caras nuevas y explorar nuevos lugares. Aquí te encuentras en un entorno muy instructivo y recibes apoyo cuando es necesario. He tenido una gran experiencia en mis casi tres años en Bell y he aprendido mucho. No solo en cuanto a mi trabajo, sino también para la vida».



**Fabio Dalla Valle, en su 1.º año como tecnólogo alimentario en Hilcona, en Schaan:**

«Lo que más me gusta es la variedad durante la formación, y también estoy muy contento con mi salario. Creo que lo más importante de mi formación es que la disfruto. También me gustaría seguir formándome después de mi aprendizaje, e Hilcona lo hace posible. Para el futuro, espero completar con éxito mi aprendizaje y mantenerme sano».



**Gian Kunz, en su 3.º año de aprendizaje como vendedor en Hilcona en Schaan:**

«Los diversos departamentos en los que he trabajado durante mis tres años de aprendizaje son muy interesantes. Hay algo nuevo que aprender en cada departamento, ya sea algo nuevo sobre Hilcona o incluso sobre todo el Bell Food Group. En todos los departamentos trabaja un equipo brillante. En particular, me gusta la independencia en mi trabajo».



**Denys Tarasenko, en su 3.º año como operario de planta en Hilcona, en Schaan:**

«Me gusta mi trabajo: programa variado, personal amable, buen horario de trabajo y no hay que lavar la ropa de trabajo en casa».



**Navina Nek, en su 1.º año como aprendiz de técnica comercial en Hilcona, en Schaan:**

«Durante mi formación como técnica comercial, he asumido muchas tareas diferentes y he llegado a conocer dos departamentos. Me gustan mucho las tareas variadas, como redactar facturas, comprobar certificados y ayudar en el quiosco interno. También creo que los distintos actos que se organizan junto con los demás aprendices, como el empaquetado de los paquetes de Navidad o las jornadas de familiarización, son muy agradables y óptimos para fomentar el espíritu de equipo. A la hora de elegir mi empresa de formación, para mí era importante que fuera una empresa abierta e interesante con un ambiente agradable. Hilcona me atrajo sobre todo por la producción de alimentos y las diversas actividades que hay detrás. Para mi futuro, espero completar con éxito mi aprendizaje con un bachillerato profesional superior».



**Almina Bosnic, en su 2.º año de aprendizaje como técnica comercial de Bell en Basilea:**

«Mi formación comercial en Bell es muy variada, ya que me permite conocer diferentes departamentos de una empresa. Ya he podido visitar personalmente tres departamentos (administración e información de TI, contabilidad y compras de productos del mar) y estoy muy satisfecha con ellos. Con este cambio semestral de departamentos, hay una gran oportunidad de aprender algo nuevo cada día y ampliar tus facultades. Además, a los aprendices se nos motiva con primas, lo que en mi opinión también impulsa nuestro rendimiento en la empresa y en la escuela».



**Sara Tomic, en su 3.º año de aprendizaje como técnica comercial en Eisberg, en Dällikon:**

«Cuando elegí Eisberg como empresa de formación, me importaba mucho tener un ambiente de trabajo agradable. La buena relación con mis colegas lo confirma. Tanto la independencia como el trabajo en equipo son importantes para mí en mi trabajo, por eso opté por una formación comercial. Mi objetivo es completar con éxito mi formación en verano y luego continuar mis estudios».



## Centros de competencia para los profesionales del mañana

**En los talleres de formación se ponen en común los conocimientos y la experiencia del oficio y se transmiten a los futuros profesionales. La ventaja es que puedes concentrarte plenamente en tu formación, lejos de la presión de la producción y otras influencias externas.**

En los talleres de formación de Bell Suiza, cada detalle se adapta a las aspiraciones y exigencias de los jóvenes. Mientras que el taller de Basilea para aprendices de carnicero existe desde hace muchos años, en Oensingen hay un taller más nuevo desde hace unos dos años. También allí, los formadores profesionales enseñan el oficio de carnicero en un marco especialmente creado para ello y lo transmiten a la siguiente generación de profesionales. En septiembre del año pasado, tras un periodo de

construcción de cuatro meses, también se inauguró el primer taller de formación en el campo de la tecnología. La infraestructura recién creada ofrece actualmente a siete aprendices el entorno ideal en el que formarse en su camino para convertirse en mecánicos de producción. Esto permite a los técnicos de automatización concentrarse en diversas tareas sin ser molestados y digerir los contenidos de aprendizaje en un entorno tranquilo y protegido.

formación profesional como parte de su propio programa de desarrollo potencial. «El actual taller de gestión está formado por ocho mujeres y dos hombres. Hay empleados de distintas

**«Se planea utilizar el inglés en el futuro».**

áreas empresariales y especializadas, y nos complace que el equipo se caracterice por un alto nivel de diversidad», explica Endrik Dallmann. Lo que tienen en común los diez miembros del taller: todos hablan alemán. «En el futuro se planea utilizar el inglés para este taller. Esto también abrirá el programa a nuestros colegas anglófonos».

**Formar y retener en la empresa**

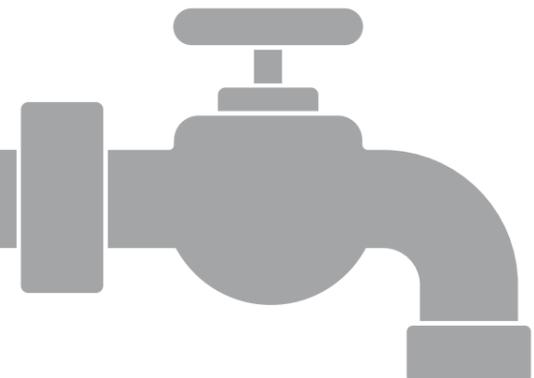
El factor decisivo para el éxito sostenible en la superación de la escasez de mano de obra cualificada será la capacidad de retener en la empresa a los empleados recién formados. Además del deseo de dar sentido a su propio trabajo, los futuros profesionales quieren aportar sus propias ideas y ser creativos. La necesidad de un empleo seguro también ocupa un lugar destacado en la lista de prioridades. Toda una serie de retos que una empresa sostenible debe abordar hoy y no mañana. El Bell Food Group es consciente de que el éxito de la empresa depende de la experiencia y la motivación de sus empleados. El objetivo es crear el mejor programa de formación posible, cuyos frutos se consideren también una importante contribución a la responsabilidad social. • ap

El nuevo taller de formación técnica de Bell en Basilea ofrece espacio para siete aprendices de mecánico de producción o técnico de automatización.

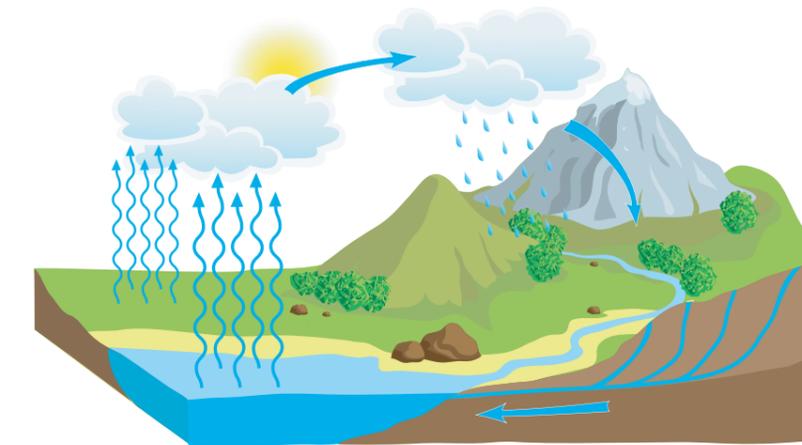
Uso sostenible del agua

# CADA GOTTA CUENTA

El agua dulce es un recurso valioso. Mientras la demanda de agua aumenta continuamente, la contaminación del agua también aumenta, reduciendo el suministro mundial de agua. LOOK! muestra lo que hace el Bell Food Group para proteger este importante recurso.



## CICLO DEL AGUA



Solo el 2,5 % de las reservas mundiales de agua son de agua dulce.



### RESERVAS DE AGUA EN EL MUNDO

Volumen de la tierra:  
1,1 billones de km<sup>3</sup>  
(1 km<sup>3</sup> = 1 billón de litros)

de los cuales agua:  
1400 millones de km<sup>3</sup>

de los cuales agua dulce:  
35 millones de km<sup>3</sup>

de los cuales nos son accesibles  
**0,3 %**

Aproximadamente dos tercios de la Tierra están cubiertos por agua. La mayor parte consiste en agua salada. El agua dulce, por su parte, solo representa el 2,5 % de las reservas mundiales de agua. Y la gente solo puede utilizar realmente el 0,3 % de esta cantidad, por ejemplo como agua potable o para regar los campos. El resto del agua dulce se encuentra en el hielo de los glaciares árticos y antárticos o en las profundidades del subsuelo en forma de aguas subterráneas.

#### Bien escaso

Aunque la cantidad total de agua en el mundo no pueda agotarse debido al ciclo del agua, la cantidad de agua utilizable es muy limitada. Si la demanda supera los recursos naturales, el agua dulce empieza a escasear. Un tercio de los mayores sistemas de aguas subterráneas del mundo ya están amenazados y más de 4.000 millones de personas viven en países con grave escasez de agua. Además de los países de África Central y del Norte, también se ven afectados México, China y el sur de Europa.

#### Valor añadido para las personas y la naturaleza

Nuestros ecosistemas también dependen de suficiente agua dulce. Los ríos y sus llanuras aluviales, así como los lagos y los páramos, figuran entre los ecosistemas más ricos en especies. Al mismo tiempo, almacenan, filtran y purifican el agua potable.

#### Nuestros ecosistemas también dependen de suficiente agua dulce.

Sin embargo, el agua dulce también contribuye de forma importante a la regulación del clima, por ejemplo, fijando el metano y el carbono, sustancias que contribuyen al calentamiento global.

#### Más nutrientes, menos oxígeno

Sin embargo, es precisamente esta capacidad la que también puede ser la pérdida del agua potable: si el agua dulce almacena demasiados nutrientes, pierde oxígeno. Esto, a su vez, hace que crezcan más algas y plantas acuáticas. Este proceso se denomina eutrofización y significa la muerte para muchas especies acuáticas a largo plazo porque la calidad del agua disminuye.

Hay muchas causas, pero en la mayoría de los casos el ser humano es también responsable: las aguas residuales no tratadas, nutrientes como el nitrógeno y el fósforo, que se encuentran en los fertilizantes, o los piensos para peces aceleran el proceso.

Por ello, en la agricultura ecológica, el uso de fertilizantes y pesticidas está estrictamente regulado para proteger las aguas subterráneas.

#### ¿Y qué hace el Bell Food Group?

La producción de alimentos depende de que haya suficiente agua dulce. Ya sea para regar campos o lavar carne, fruta, verduras y ensaladas, así como para limpiar máquinas, equipos y naves de producción. Como parte de la industria alimentaria, el Bell Food Group es consciente de la importancia de la producción sostenible de alimentos. Solo el uso cuidadoso

## ESTO HACE EL BELL FOOD GROUP



### Agua de lluvia para refrigeración

El tejado plano del nuevo centro de ultracongelación de Oensingen sirve para recoger el agua de lluvia. El agua de lluvia se recoge en una superficie de 200 m<sup>2</sup> y se canaliza hacia un depósito de agua de lluvia, desde donde se utiliza para enfriar las unidades de refrigeración o para liberar al medio ambiente el exceso de calor residual del sistema de refrigeración por amoníaco mediante evaporación a través del tejado.

### Ahorrar agua con el riego por goteo

El 100 % de los productos que Eisberg adquiere a proveedores europeos procede de campos con un tipo de riego por goteo. Con este método de «riego gota a gota», se suministran pequeñas cantidades controladas de agua directamente a las raíces de las plantas. En comparación con los sistemas de riego convencionales, este método no solo es económico, sino que también favorece el crecimiento sano de las plantas.



### Reutilización del agua de refrigeración

En Pfaffstätt, Hubers utiliza agua para proteger del sobrecalentamiento los sistemas de envasado, algunos de los cuales funcionan a altas temperaturas. Desde 2023, esta agua ya no se canaliza hacia el desagüe, sino que se utiliza para el prelavado de los contenedores de animales vivos. Con ello se ahorran unos 80.000 litros de agua al día.



### Descubrir fugas de agua

El matadero de Basilea utiliza un sistema de control de fugas desde 2023. Por la noche, cuando no se utiliza el agua, un sistema controla las vibraciones para detectar posibles fugas en una fase temprana. La ausencia de flujo de agua significa que no hay vibraciones, mientras que su aparición puede indicar una posible fuga.

# -25%

### Reducir las aguas residuales

En Ali-Big, en Brivio, la limpieza de la producción húmeda (p. ej. salsa de tomate) requiere mucha agua. Con diversas medidas, como análisis de consumo, herramientas de limpieza sin agua y formación de los empleados, el consumo de agua por cantidad de producto acabado se redujo un 25 %. Esto también ha mejorado la calidad de las aguas residuales, de modo que ahora se pueden cumplir los límites municipales.

### Pretratamiento de aguas residuales

Las aguas residuales de las plantas de producción están contaminadas en diversos grados según el proceso. Si el agua está muy contaminada, hay que pretratarla antes de que entre en el sistema de alcantarillado. Los mataderos, en particular, tienen una elevada carga de aguas residuales, por lo que se adoptan diversas medidas para pretratarlas. Por ejemplo, los sólidos que se acumulan en el agua se filtran y se convierten en energía en una planta de biogás.



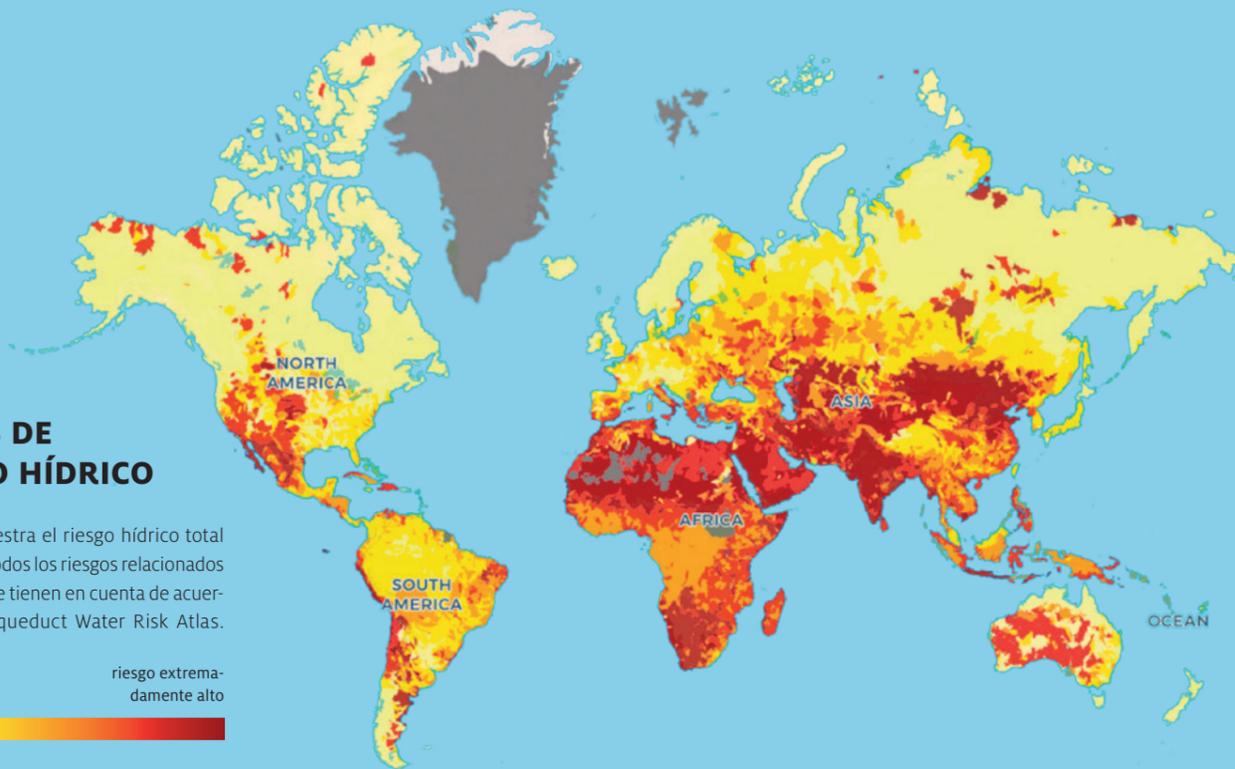
### Mirando al futuro: purificar el agua con ultrafiltración

Se necesita mucha agua fresca para limpiar la ensalada. Por ello, Eisberg busca soluciones para tratar esta agua de modo que pueda volver a utilizarse. Una opción que se está probando actualmente es purificar el agua con ultrafiltración. En el proceso se filtran las partículas más pequeñas. Sin embargo, el método no funciona con sustancias disueltas, como los aminoácidos, por lo que sigue siendo necesario encontrar una solución para ello. Por lo tanto, Eisberg no puede evaluar actualmente si el método es económicamente viable.



## ZONAS DE RIESGO HÍDRICO

El mapa muestra el riesgo hídrico total por región. Todos los riesgos relacionados con el agua se tienen en cuenta de acuerdo con el Aqueduct Water Risk Atlas.



de recursos limitados como el agua asegurará los cimientos de toda la industria a largo plazo. Por ello, el Bell Food Group se compromete activamente a aplicar prácticas sostenibles de consumo de agua para mantener la calidad y la cantidad de este importante recurso a largo plazo, tanto en sus propias operaciones como a lo largo de la cadena de suministro.

El Bell Food Group pretende reducir su consumo de agua dulce en un diez por ciento de aquí a 2026. En las explotaciones situadas en zonas con estrés hídrico, debería reducirse incluso a la mitad.

Una medida clave para lograr este objetivo es el establecimiento de un sistema de supervisión exhaustivo: el sistema de gestión energética E3m se está implantando en todos los centros del Bell Food Group. Además del calor y la energía, también se mide el consumo de agua por ubicación. El Bell Food Group utiliza el Aqueduct Water Risk Atlas (Atlas de Riesgos Hídricos denominado Aqueduct) para identificar las zonas de riesgo hídrico con el fin

de desarrollar medidas para los lugares afectados. Actualmente también está previsto calcular la huella hídrica de los productos más importantes.

Sin embargo, la mayoría de las medidas no se adoptan a nivel de Bell Food Group, sino en las unidades de negocio y en los distintos emplazamientos, como demuestran diversos ejemplos. • sh

**El Bell Food Group pretende reducir su consumo de agua dulce en un diez por ciento de aquí a 2026.**

Más información en Aqueduct Water Risk Atlas:  
[www.wri.org/applications/aqueduct/water-risk-atlas](http://www.wri.org/applications/aqueduct/water-risk-atlas)



Bien presentado sabe aún mejor

# Eso sí se deja ver

*Cocinado con amor durante horas, pero la comida no queda bien en el plato. Para quien esté familiarizado con este problema, he aquí algunos consejos profesionales del asesor culinario de Bresc, Jeroen de Zwart. Todo fácil de poner en práctica, para conseguir un gran efecto.*



## La tendencia que brota

Son pequeños, tienen un color fresco y actualmente son una de las tendencias culinarias. Hablamos de brotes comestibles, también conocidos como microverdes o mastuerzos.

Son la guinda del pastel en platos bellamente presentados como toppings en varios tonos de verde, rojo o amarillo y con diferentes formas de hoja. Al mismo tiempo, también deben resaltar el sabor del plato.

Para ello: los microverdes de sabor ácido combinan bien con la carne y el pescado. Los brotes con sabor a frutos secos aportan un plus de sabor a los platos de verduras. Y los brotes pueden utilizarse incluso para postres. En este caso, es mejor elegir variedades dulces.

Los brotes comestibles se cultivan a partir de las semillas de diversas hortalizas y otras plantas, como las judías, la lombarda, el girasol o el trigo sarraceno. Si no los encuentras en el supermercado, también puedes cultivarlos tú mismo. Las semillas germinan en pocos días, por ejemplo en el alféizar de la ventana. Los guisantes, las variedades de col y los rábanos son especialmente adecuados para los principiantes.



Como chef formado y asesor culinario de Bresc, Jeroen de Zwart está especializado en las últimas tendencias gastronómicas.



## Totalmente retorcido

¿Alguna vez has tenido problemas con unos espaguetis o linguini que han mostrado su lado testarudo en el camino de la olla al plato? Dos ayudantes, que se encuentran en todas las cocinas, pueden servir para llamar al orden a esta pasta un tanto anárquica: cuchara y tenedor.

Primero se saca la porción deseada de la olla con el tenedor y se pasa lentamente a la cuchara. A continuación, se desliza con cuidado el rollo sobre el plato. Este método es adecuado tanto para una torre enrollada como para una espiral horizontal.

Los rollos de pasta se sirven mejor con cubiertos grandes, como un tenedor de carne y una cuchara de servir. Hay que reconocerlo: puede que necesites un poco de práctica antes de cogerle el truco. Pero, ¿a quién le importa cocinar (y comer) espaguetis varias veces a la semana para entrenar?

**Para los rollos de pasta se recomiendan cubiertos grandes.**





**La base adecuada**

¿Llanos u hondos, blancos o de colores, cuadrados o redondos, todos de una misma serie o una colorida mezcla? En cuanto a la vajilla, el gusto personal decide lo que va a la mesa.

**Las tendencias cromáticas para la vajilla incluyen tonos pastel y tierra.**

Pero como en la moda, lo mismo ocurre aquí: no todos los platos van con todas las comidas. Por eso, si quieres servir la comida con elegancia, también debes elegir la vajilla con cuidado. Diferentes «bases» pueden lograr resultados completamente distintos con un mismo plato.

Como la sopa: un cuenco de gres de color oscuro, por ejemplo, es ideal para presentarla de forma tradicional. Si deseas un aspecto más elegante, elige un plato hondo blanco de porcelana fina.

De todos modos, el blanco es el color clásico de la vajilla y no puedes equivocarte con él. Las tendencias cromáticas actuales también incluyen tonos pastel y tierra. Actualmente también son populares los platos de carne sobre un bloque de madera o mármol, para darles un aspecto original y contundente.

Los platos ovalados o rectangulares también apoyan la tendencia a la disposición alargada de la vajilla. Los cuencos más profundos hacen más vistosas las ensaladas y los platos de pasta, por ejemplo.

Al elegir una vajilla, también es importante adecuarla al tamaño de la ración. Como regla general, los platos o cuencos solo deben estar llenos hasta dos tercios.

Te conviene saberlo si vas a comprar una vajilla nueva: hay que tener cuidado con los tonos azules porque restan atractivo a muchos alimentos.

**Un emplatado exitoso**

Justo antes de servir, se junta lo que tiene que juntarse. Para ello se puede aprender mucho de los chefs profesionales. Si quieres que un filete tenga un aspecto ligero y delicado, por ejemplo, puedes cortarlo en tiras finas. Si, por el contrario, se desea que el plato tenga un efecto más basto, el filete permanece entero y se sirve con un «cuchillo en el lomo».

En el caso de las salsas, también es preferible colocarlas al lado o debajo de cualquier cosa que tenga una corteza crujiente. Por un lado, queda mejor y, por otro, mantiene la consistencia crujiente. En cambio, las salsas como el chimichurri también pueden colocarse encima de la carne al asarla.

Las salpicaduras indeseadas de salsa pueden evitarse sujetando un plato pequeño debajo de la cuchara hasta que esta haya alcanzado la posición correcta sobre el plato. Las sopas fluyen suavemente de un recipiente con boquilla al bol.

**Se necesita un poco de valor para salpicar a propósito.**

Sin embargo, también existe la tendencia de salpicar deliberadamente componentes líquidos para conseguir un aspecto desenfadado. Esto requiere un poco de valentía, por ejemplo cuando la salsa salpica el plato desde una gran altura. Pero el resultado es mucho mejor que si eres demasiado tímido. • mr



Hay de todo, desde afrutado a crujiente

# La primavera será así de colorida

Unos picoteos crujientes en un picnic, una ensalada saciante para comer, jamón para un aperitivo con amigos y *trofie* con pesto para cenar en un restaurante italiano: qué bonito sería que todo el mundo pudiera probar los nuevos productos de todos los países del Bell Food Group. Pero en LOOK! al menos puedes echar un vistazo. • *mr*



Con los nuevos pestos de Bresc, los platos pueden servirse «de buen gusto».

## Bresc

### Sabor italiano 6 veces más auténtico

Desde principios de marzo, Bresc inspira a sus clientes de restauración con los nuevos productos «Caponata», «Gremolata», «Aglío e Peperoncino», «Pesto all'Arrabiata», «Pesto alla Genovese» y «Pesto Vegano». Con las nuevas salsas y pestos frescos, la marca Hügli lleva a los cocineros a un viaje culinario de Liguria a Sicilia y les ayuda a ahorrar tiempo.



## Bell Suiza

### Especialidades de los Grisones en envases modernos

Bell Suiza presenta ahora cuatro clásicos grisones de gran calidad en un envase plegable: «Carne seca», «Bindenfleisch» (carne grisona seca), «Carne en lonchas» y «jamón grisón crudo». Además de tres jamones crudos internacionales, las especialidades de los Grisones se presentan ahora en prácticos envases que se pueden volver a cerrar.



## Abraham

### Los sabores finos del jamón

Con dos nuevas especialidades internacionales de jamón, Bell Alemania amplía su gama de jamones en lonchas finas de la marca Abraham. El «jamón de Saboya» producido por Bell Francia y el «prosciutto crudo» italiano se maduran tradicionalmente con hueso y se secan al aire durante varios meses.



## Bell Francia

### Francia se mezcla con Italia

Desde abril, Bell Francia añade variedad a los aperitivos y picnics con sus nuevas especialidades «Jambon enrobé». Con un marinado de pesto o tomate y albahaca, los dos nuevos jamones tienen un delicioso y sabroso aroma.



## hubers: snack it – love it

### Aperitivos para enamorarse

Bajo la nueva marca propia hubers: snack it – love it, Eisberg Austria cuenta con dos nuevos productos en su gama: los «Chicken Nuggets Pizza Style» y los «Tortilla Nuggets». Ambas innovaciones para picar con la atractiva forma triangular tienen un empaquetado crujiente y se pueden comer con o sin salsa.



## Eisberg Hungría

### Ensaladas saciantes

Eisberg Hungría inicia la primavera con tres coloridas variantes de ensalada: «Atún y bulgur», «Jamón y huevo» y «Pollo y pesto». Las tres variedades combinan las ensaladas de hoja verde con una fuente de proteínas y una guarnición saciante. Así pues, el trío listo para el consumo constituye la base ideal para una comida equilibrada.



## Eisberg Austria

### Variedad para el almuerzo

Desde febrero, Eisberg suministra las dos nuevas variedades de ensalada «Rainbow Bowl», una colorida mezcla con bonitos, remolacha y ensalada de col, y el «Quinoa Nut Bowl», que combina quinoa con verduras y frutos secos, para la marca propia de una gran cadena de distribución austriaca. Al mismo tiempo, el «Hummus-Hamshuka Wrap», un pan plano con carne de ternera y la popular pasta de garbanzos para untar, también se incorporó a los refrigerados.



## Eisberg Suiza

### Montones de vitaminas

Este año, el equipo de Eisberg Suiza abre el apetito vitamínico de sus clientes con seis tazas de fruta diferentes. Desde «Naranja y Uva» hasta «Melón y Fresa», hay una mezcla adecuada para todos los aficionados a la fruta. Y si eres más de ensaladas, prueba uno de los dos nuevos boles, que contienen una pequeña porción de ensalada de patata, además de crujientes ensaladas de hoja verde.



**Hilcona**

**Finamente enharinado, como hecho a mano**

Los nuevos «Ravioli Bolognese» se han añadido a la gama Hilcona Originale en el comercio minorista desde abril. Lo particular: masa de pasta extrafina con un succulento relleno a la boloñesa con carne de vacuno de alta calidad. Además, el nuevo concepto de temporada Hilcona Originale aporta aún más variedad al plato. Las «mezzelune de salmón», con un cremoso relleno de salmón ahumado ASC con requesón y mascarpone, estarán disponibles de abril a agosto.



**Hilcona**

**Innovaciones para las más altas exigencias de restauración**

Desde esta primavera, Hilcona ofrece a sus clientes de servicios alimentarios de Suiza una serie de innovaciones en ensaladas. Uno de los platos estrella es la «Ensalada asiática de tofu con zanahorias y edamame». El tofu procede de la propia «fábrica de tofu» de Landquart. Los habitantes de Liechtenstein también garantizan más calidad ecológica en el plato con la nueva «lasaña bio» de la marca Bio Cuisine de Hilcona. Se elabora con ingredientes frescos de la mejor calidad ecológica y puede prepararse en un abrir y cerrar de ojos.



**The Green Mountain**

**Alternativa vegana al filete empanado**

El nuevo «Hot N Cold Schnitzel» de la nueva empresa de Hilcona, The Green Mountain, ofrece a los clientes de los servicios de restauración una alternativa puramente vegetal al modelo tradicional de carne real. El sabroso y crujiente filete se entrega ultracongelado. Se puede preparar y servir inmediatamente después de descongelarlo de diversas maneras, tanto caliente como frío.



**Hügli**

**Para ahorrar tiempo de verdad**

Desde finales de marzo, los nuevos caldos concentrados de Hügli apoyan una vez más a los hosteleros en el trabajo diario en la cocina. El «caldo de ternera», el «caldo de pollo», el «caldo de pescado» y el «caldo de verduras» se cocinan suavemente a partir de los mejores ingredientes. Su sabor concentrado puede utilizarse para refinar una gran variedad de platos en un abrir y cerrar de ojos.



**Bell para los más pequeños**

Recientemente, los «ayudantes a cuatro patas» han atraído la atención del público joven de la marca Bell en Polonia. Nuestros colegas han desarrollado dos nuevos productos especialmente para la cooperación con la popular serie de dibujos animados «La Patrulla Canina».

«La Patrulla Canina» es una de las series de animación para niños en edad preescolar más conocidas del mundo. Las aventuras de los héroes animales también son muy populares en Polonia. Una buena razón para que el equipo local de Bell coopere con la producción y lance dos productos con licencia en Polonia.

Como los nuevos productos van dirigidos a los niños, nuestros colegas prestaron especial atención a la composición de los ingredientes durante el desarrollo del producto. En comparación con la receta clásica, el «salami» contiene un 40 % menos de grasa y la «salchicha de Viena» tiene un contenido de carne del 90 % y no se utilizan aditivos como colorantes o fosfatos. Así pues, los padres de los fans de «La Patrulla Canina» pueden poner los nuevos productos en su carrito de la compra con la conciencia tranquila.



Aniversarios y jubilaciones de abril a junio de 2024

## «Trabajo junto a mi hermana desde el primer día»



**Yvonne Bautista**  
40 años de servicio

**Función:** empleada  
**Empresa:** Bell Suiza  
**Lugar:** Zell



**¿Qué le llevó a solicitar empleo en Bell, en Suiza, hace 40 años?** Mi hermana, Beatrix Imer. En aquella época, Bell en Zell aún se llamaba «SEG-Poulets AG».

**¿Qué es lo que más ha cambiado en estos 40 años?** ¡La digitalización! Del formulario en papel al ordenador. En aquel momento, solo había tres personas en la oficina (N. del E.: en la administración). Hoy ni siquiera sé cuánta gente trabaja ahí.

**¿Hay algo en su rutina laboral que haya permanecido igual a lo largo de los años?** Sí, trabajo junto a mi hermana desde el primer día (risas). ¡A ver quién me copia!

**¿Qué acontecimiento de su trayectoria en la empresa se le ha quedado grabado en la memoria?** Creo que en los años 90 había miedo por la gripe aviar. A veces ayudábamos a limpiar los aseos o los guardarrapas, porque la demanda de carne de pollo era

muy baja. Y luego, por supuesto, llegó el año 2020 con el coronavirus. También recordaré con cariño los momentos positivos, como el aniversario.

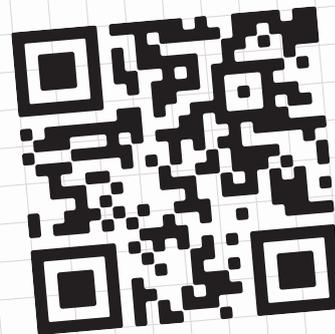
**¿Qué parte de su trabajo le sigue gustando más?** No es un trabajo en cadena, cada día es diferente. Estoy muy agradecida. Llevo tanto tiempo haciendo mi trabajo que forma parte de mí.

Yvonne Bautista (izquierda) y Beatrix Imer (derecha), también en Bell desde hace 40 años\*. Las dos hermanas trabajan juntas en el departamento de preparación de pedidos de Zell desde hace 40 años.

\* Beatrix Imer celebró su 40 aniversario en Bell in Zell en febrero de 2024 (LOOK! número 4/2023).



# ¿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 28 de junio de 2024 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.