

GELITA

# UPTO DATE

La revista para los clientes de GELITA

#39

Producto innovación  
Más bello,  
más firme,  
más fuerte

Más en la página 8

# Estimados lectores:

Todas las estadísticas muestran que la edad promedio de la población mundial va en aumento. Tanto así que la cifra de personas de 60 años o más, será en 2050 de dos mil millones; en comparación, en 2005 había 667 millones. Tales números son importantes para la planificación a largo plazo, pero este conocimiento no es suficiente para GELITA. Nos ocupamos con las tendencias de los clientes y consumidores en todo el mundo y realizamos encuestas de forma continua y entrevistas a grupos focales. Para nosotros, forma parte del servicio, compartir los conocimientos con nuestros clientes, acentúa Michael Teppner, Global VP Marketing & Communication en una entrevista.



La mayoría de la gente quiere permanecer atractiva y en forma, incluso en la vejez. Nuevos estudios demuestran la contribución de los péptidos de colágeno bioactivos FORTIBONE® y VERISOL® para hacer la vida mejor y más agradable. Así FORTIBONE® ha demostrado fortalecer los huesos y por lo tanto contrarrestar la enfermedad degenerativa de la osteoporosis. Y VERISOL® no sólo mejora la elasticidad de la piel, sino que también proporciona uñas hermosas.

También estas son buenas noticias para los consumidores – y para nuestros clientes: La nueva SMART TECHNOLOGY (ST) Kollagenpeptide de GELITA permite producir muchos nuevos productos innovadores, tales como gomas de fruta con un contenido de proteínas de hasta un 35 por ciento. Además, el rango de productos ST también mejora los procesos de producción.

En este sentido, le deseamos ¡un exitoso comienzo del año nuevo!

**Stephan Ruhm,**  
Marketing & Communication  
GELITA AG

Innovaciones de productos  
Más bello, más firme, más fuerte

uptodate habló con Michael Teppner,  
Global VP Marketing & Communication

Innovaciones  
Desarrollo inteligente [6]



[8]

Entrevista [3]  
"Estamos muy ocupados con nuevos desarrollos"

GELITA "A nivel mundial"  
El mundo ama a los animales [15]



[12]

NEWS  
GELITA premiada en Cannes

GELITA Simposio 2016  
Forum Internacional [10]

Aplicaciones  
Salvando fotos históricas



[11]



Entrevista

Entrevista con Michael Teppner, Global VP Marketing & Communication

# "GELITA significa una gran promesa"

¿Qué es lo que constituye una marca de éxito? ¿Cómo se las arregla para distinguirse de otras marcas? Y qué tiene que ver todo esto con las emociones? Michael Teppner, Global VP Marketing & Communication explica lo especial de la marca GELITA y cómo la compañía apoya a sus clientes para conseguir el mismo éxito.

# "Estamos trabajando intensivamente, para reconocer cómo se desarrollan las tendencias de los clientes y de los consumidores".

**Sr. Teppner, ¿para qué necesita un líder del mercado mundial como GELITA una película corporativa, sobre todo porque en él renuncia a hechos y cifras?**

La imagen y la marca se crean a través de la percepción experimentada, es decir, a través de las emociones. Las emociones son el resultado de lo que prometemos y, lo más importante, de lo que hacemos. Los productos que fabrican nuestros clientes con gelatinas o péptidos de colágeno empezando por las gomitas de frutas pasando por suplementos dietéticos hasta las cápsulas farmacéuticas, se basan en su mayoría en el placer, estilo de vida y la calidad de vida. Por lo tanto deseamos mostrar que con nuestros productos podemos ayudar a nuestros clientes, como lo refleja nuestro lema "Improving Quality of Life". Que la hechura del video se diferencie de lo habitual en el sector B2B, se entiende como una sensibilidad de pioneros. Queremos hacer las cosas de manera



diferente y mejor. Una película puede transmitir más emociones que otros medios. La retroalimentación de los clientes es bastante positiva. Incluso, oímos a menudo que no todas las posibilidades que ofrecen nuestros productos eran conocidas y de pronto surgen nuevas opciones. Esto es mucho más importante que el premio que hemos ganado para la película.

**¿Ha cambiado el papel de las emociones en marketing B2B?**

Absolutamente. Anteriormente era el centro de atención, casi exclusivamente, el rendimiento técnico, a esto le llamo "Publicidad de hojas de datos técnicos". En nuestra industria, esto significaba mucho tiempo: El cliente define lo que quiere y nosotros le proporcionamos la gelatina. pero con las diversas aplicaciones le brindamos soporte para el desarrollo continuo

## "Los beneficios del cliente claramente enfocados".

de sus productos. De los proveedores se espera pensamiento global y soluciones complejas. Nosotros somos los especialistas de gelatina y péptidos de colágeno y sus aplicaciones en los más diferentes sistemas. Este conocimiento lo combinamos para conseguir la mayor ventaja posible con el conocimiento de nuestros clientes.

**¿Qué significa eso?**

Enfocamos claramente el beneficio del cliente, esto lo demostramos, por ejemplo, ayudando en los procesos de producción, o le ofrecemos algo que le ayude en la comercialización de sus productos. Esos son temas en los que se puede utilizar los beneficios de la gelatina como, alimento natural puro sin número E, en temas como "Clean oder Clear Label", o temas de salud como es el caso de los péptidos de colágeno. Aquí nuestros ingredientes proporcionan una ventaja primaria a los productos. Si un cliente, por ejemplo, quiere producir un producto para las articulaciones, se encontrará inevitablemente con FORTIGEL®. La forma del producto se decidirá más adelante. o tomará quizá NOVOTEC®. Aquí tenemos un beneficio técnico objetivo. Este es complementado por el aspecto ambiental, con la sustitución del aceite mineral por proteínas. Esta ventaja debe ser comunicada en consecuencia. Además vemos que cada vez

más clientes – en particular en los péptidos de colágeno – utilizan una ingredient-Branding.



**Usted está en Facebook, LinkedIn, YouTube y Twitter. ¿Cómo es la resonancia?**

Utilizamos Twitter casi exclusivamente para la prensa. En Facebook hacemos diferencias regionales y de forma selectiva, por ejemplo, cuando en Brasil apoyamos el lanzamiento de productos de belleza con nuestro péptido VERISOL®. Para nosotros son importantes LinkedIn y YouTube. En LinkedIn, podemos dirigirnos a una determinada red de profesionales y nuestro canal de YouTube es muy bien frecuentado porque ofrecemos una variedad de contenido informativo. Aquí en nuestro entorno B2B somos verdaderos pioneros.

**Con los medios de comunicación social, entrega en cierta medida el control de sus comunicaciones. ¿No plantea esto ningún peligro?**

Yo no veo ninguna pérdida de control. nosotros hoy en día sólo nos exponemos a la función de los comentarios que se hacen anónimos. GELITA ha realizado un análisis muy exhaustivo de la gelatina y de los péptidos de colágeno en Internet y en los medios sociales. No existe ningún resentimiento significativo en contra de estos productos, muy por el contrario. Por desgracia, y esto se aplica para casi todos



## Michael Teppner

Global VP  
Marketing & Communication

los medios, algunos grupos de interés actúan extremadamente fuerte y de forma llamativa, lo que da la impresión que esta es la opinión general. Creo que aquí es muy importante, la comprobación de lo que se ha dicho y del comportamiento real.

### En qué consiste la marca GELITA?

Nuestro entendimiento básico consiste en proporcionar en todo el mundo un paquete total de calidad, fiabilidad, servicio e innovación. Esto es lo que hace la marca GELITA. Nosotros también nos encontramos en la buena posición que nuestras empresas y los nombres de las marcas son idénticas. Somos los especialistas y vivimos del colágeno y de

### Constantemente hay nuevas tendencias. ¿Qué hace GELITA para reconocer a tiempo estos cambios?

Nos ocupamos extensamente con los nuevos desarrollos, tendencias y nuevos mercados potenciales o áreas de aplicación. Analizamos, si éstas afectan a nuestros productos o los de nuestros clientes, y también por supuesto, si representan nuevas oportunidades. Así podemos participar y apoyar a nuestros clientes. Sólo piense, por ejemplo, en la mega tendencia "sano envejecimiento". Estamos llevando a cabo una intensa investigación para conocer más acerca de las motivaciones de los consumidores para saber más, hacemos encuestas relacionadas con la belleza y el

**"Quién hace todo lo posible por ser percibido de la forma correcta, lo hace todo bien".**

las proteínas de colágeno. Eso lo mostramos claramente y con orgullo. Sin embargo, es importante que nuestras acciones diarias reflejen los valores en los ámbitos mencionados anteriormente. Entonces seremos percibidos como una marca fuerte y digna de confianza. En todos nuestros productos aparece la marca "GELITA", ya que podemos cumplir lo que prometemos. Aquí hay muchas emociones en juego. Quién hace todo lo posible por ser percibido de la forma correcta, lo está haciendo todo bien. Entonces, el éxito es el resultado de nuestro trabajo y sólo una pequeña parte de la publicidad.

bienestar y entrevistamos a grupos focales. En varios países hemos entrevistado a clientes finales de diferentes edades en grupos focales sobre los temas "Body Toning/Forming" y Sarcopenia con resultados muy interesantes. Los conocimientos adquiridos aquí, los proporcionamos como un paquete más de servicios. Nuestros clientes aprecian realmente tener en el nivel de comercialización también un socio competente. Componentes esenciales son los ensayos clínicos. Por un lado, para demostrar los beneficios para la salud de nuestros productos ya que no todos los péptidos tienen el mismo efecto. Por otro lado también para

que nuestros clientes, en su caso, puedan fundamentar sus argumentos delante de las autoridades.

### ¿En qué medida se benefician sus clientes de estas actividades de marketing?

Nos dirigimos con más frecuencia a los usuarios finales con temas relevantes. Estos son, por ejemplo todos los deliciosos platos que pueden crear con gelatina, o los aspectos de salud de nuestros péptidos de colágeno. Esto no sólo contribuye a nuestra imagen, sino que también ayuda a nuestros clientes en la comercialización de sus productos. GELITA está trabajando en algunos casos también de forma personalizada. Especialmente, en los péptidos de colágeno, es solicitado a menudo un Ingredient-Branding para la diferenciación competitiva. En estos casos, apoyamos con el ingrediente-PR en los mercados regionales.

### ¿Qué potencial ofrecen los productos GELITA?

Primero: Nuestra gelatina y péptidos de colágeno consisten en colágeno puro. nuestros productos son alimentos que no tienen el número E, son absolutamente naturales y las únicas proteínas que no son alergénicas. Así es que son un ingrediente ideal para muchos alimentos. El cuerpo humano consiste en agua y varios cientos de proteínas. El colágeno tiene, con un 30 por ciento, la proporción más alta de ellas, esto nos asegura de que este producto natural compatible con el cuerpo ofrece un enorme potencial.

**Michael Teppner trabaja desde 1992 en GELITA, y desde el principio contribuyó a afianzar las bases del Marketing. Teppner estuvo anteriormente en una empresa de consultoría de estrategias de marketing y es desde 1999 Global VP Marketing & Communication.**

# Desarrollo inteligente





La nueva gama de productos ST mejora el rendimiento del proceso.



Los productos ST presentan una mayor densidad ...



... y se pueden disolver mejor.

**Las proteínas de colágeno de GELITA se utilizan en todo el mundo en más y más productos. Ahora la compañía mejora sus proteínas de colágeno para las tecnologías inteligentes. Los péptidos de colágeno bioactivos marcan el comienzo: La nueva gama de productos ST abre nuevas posibilidades a los clientes.**

Con frecuencia sucede esto: El laboratorio de una compañía desarrolla un gran producto, pero las instalaciones de producción no están preparadas para cambios en la fabricación, porque por ejemplo, el nuevo producto puede producir mucho polvo, formar espuma no deseada o no disolverse como es debido. Sin grandes inversiones, difícilmente se puede realizar una buena producción o en el peor de los casos, ninguna en absoluto. GELITA ha diseñado específicamente su nueva cartera de productos SMART TECHNOLOGY (ST) para salvar tales obstáculos en la producción. Las nuevas proteínas de colágeno ST, mejoran no sólo el rendimiento del proceso y la eficiencia, sino también optimizan las características del producto o permiten productos completamente nuevos.

## Dos variantes, 1000 posibilidades

La gama de productos se compone de dos grupos: Los productos ST proporcionan las funciones fisiológicas de los péptidos de colágeno. Los productos Hybrid-ST (HST) conectan las funciones fisiológicas de los péptidos de colágeno con las propiedades gelificantes.

Las propiedades de ambos grupos de productos juntos: Menos polvo durante su manipulación, menos aglutinación cuando

se disuelve, se dejan humectar o humedecer mejor y tienen una densidad mayor – en general, mejoran los procesos de producción. Para el cliente, esto significa que sus procesos sean más estables, controlados y más eficientes y que pueden desarrollar nuevos productos novedosos, sin tener que invertir en nuevas instalaciones. GELITA va a ofrecer todos los péptidos de colágeno bioactivos – VERISOL®, FORTIGEL®, FORTIBONE®, TENDOFORTE® y PETAGILE® – como variante ST con propiedades optimizadas.

## Más valor – para las empresas y el consumidor final

Los alimentos enriquecidos con proteínas, o suplementos dietéticos gozan de creciente popularidad. Gracias a la Smart Technology de GELITA las empresas pueden procesar ahora una mayor cantidad de proteínas en el producto final haciendo esto aún el producto más atractivo para el consumidor. Todo ello, sin una conversión de los procesos de producción y las máquinas. Comparados con otros productos en polvo convencionales, los productos ST pueden ser disueltos mucho más fácilmente. Además, reducen la formación de espuma. Aunque esta espuma a veces sea sólo un problema estético, puede afectar las características del producto también de manera significativa.

Con los péptidos de colágeno optimizados tecnológicamente los fabricantes pueden tratar estas dificultades. Un buen ejemplo de las propiedades de rendimiento de la Smart Technology es la producción de gomitas de alto valor proteico. Con la ayuda de los productos HST de GELITA, las empresas pueden producir gominolas claras con un contenido de proteína de hasta el 35 por ciento. Hasta hoy en día, esto no lo ha podido hacer ningún otro producto en polvo convencional. Además, los productos HST sirven también como un agente de recubrimiento o ligante libre de azúcar para barras de cereales. La densidad significativamente más alta de los productos ST también permite sustancialmente llenar más péptidos de colágeno, por ejemplo, en una cápsula dura. La ventaja para el usuario final: Debe tragar menos cápsulas para llegar a la dosis diaria recomendada.

Al igual que todos los ingredientes de GELITA, los productos ST son libres de números E, es decir, libre de alérgenos. Y con eso son ideales para su uso en la producción de Clean Label.

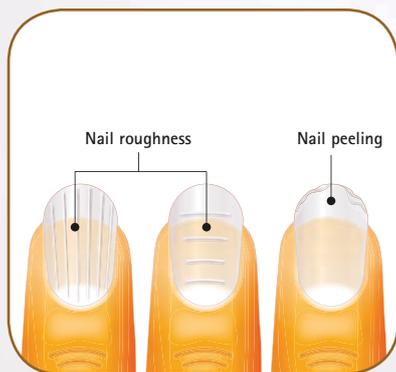
### PARA MÁS INFORMACIÓN:

Dr. Margarethe Plotkowiak  
Tel. +49 (0) 6271 84-2552  
[margarethe.plotkowiak@gelita.com](mailto:margarethe.plotkowiak@gelita.com)

# Más bello, más firme, más fuerte

Cada vez más personas confían en los efectos de los péptidos de colágeno bioactivos, cuando se trata de mantenerse bellos y saludables. El que no estén equivocados, lo demuestran estudios recientes. Ellos muestran que el péptido de colágeno FORTIBONE® de GELITA fortalece los huesos y que VERISOL® ayuda no solamente a tener una piel suave y un cabello brillante, sino también beneficia enormemente a las uñas.

Al pagar en el supermercado, comiendo en un restaurante o al trabajar en la computadora: no podemos ocultar nuestras manos y tampoco nuestras uñas. Tanto más importante es una buena apariencia. Pero ¿qué hacer si las uñas se rompen con frecuencia, y tienen manchas blancas? Los péptidos de colágeno VERISOL® pueden ayudar a mejorar al crecimiento y la salud de las uñas, como lo demuestra un nuevo estudio, iniciado a comienzos de 2016. Después de empezar con el estudio, se fue reduciendo poco a poco el consumo regular de VERISOL®, después de sólo dos meses, disminuyó el rompimiento de las uñas, después de



seis meses se obtuvo una reducción del 42 por ciento. Una mejora significativa del crecimiento de las uñas se observó después de tres meses de tratamiento. También, se redujeron notablemente las uñas astilladas y las irregularidades de los bordes de la uña. 80 por ciento de los participantes se mostró, muy satisfecho con los efectos de VERISOL®. 75 por ciento de las mujeres encontraron, que sus uñas eran más largas y el 71 por ciento dijo que sus uñas habían crecido más rápido.

## Utilizando las nuevas oportunidades de mercado

Los fabricantes pueden alegrarse también de los resultados de los estudios. VERISOL® tiene un enorme potencial en el creciente mercado de los llamados Nutricosméticos – y ofrece nuevas oportunidades de ventas para nuevos productos. Los péptidos de colágeno bioactivos cuyo positivo efecto sobre las arrugas y la elasticidad de la piel ha sido demostrado en los ensayos anteriores se dirige a las principales preocupaciones de las mujeres en relación con su físico y envejecimiento de la piel. “La belleza desde dentro” que les proporciona VERISOL®, es también una alternativa real a otros métodos anti-envejecimiento, incluyendo medidas drásticas como intervenciones quirúrgicas.

Otro gran potencial de mercado se rescata en la salud y estabilidad de los huesos, la palabra clave es osteoporosis. La decreciente densidad ósea afecta no sólo a las mujeres, como a menudo se supone, sino también a los hombres. Los expertos estiman que en todo el mundo, una de cada tres mujeres y uno de cada cinco hombres de más de 50 años sufre de una fractura debido a la osteoporosis. En 2050, aumentarán las fracturas de cadera en el mundo, en los hombres en un 310 por ciento y en las mujeres en un 240 por ciento. Eso se puede evitar, porque FORTIBONE® fortalece demostrablemente el esqueleto.

## Producto fuerte, huesos fuertes

Los huesos necesitan más que calcio, para mantenerse saludable. El colágeno,



también se cuenta entre uno de los pilares esenciales de los huesos humanos, ya que los mantiene flexibles y elásticos. Es similar a un puente: Si el puente estuviera sólo construido de concreto, se derrumbaría. Para la estabilidad se necesita una estructura de acero que sostiene el hormigón. En seres humanos, el calcio corresponde al concreto y la estructura de acero el colágeno al cual se adhiere el calcio.

En FORTIBONE® GELITA ha desarrollado específicamente los péptidos de colágeno para estimular el metabolismo del colágeno. Un nuevo estudio demuestra que los péptidos de colágeno bioactivos contribuyen a fomentar significativamente la estabilidad y la flexibilidad del hueso – y contrarrestar la enfermedad degenerativa de la osteoporosis. 180 mujeres con problemas de masa ósea reducida participaron en un estudio doble ciego aleatorizado controlado con placebo. A las personas en experimentación se les dio durante un período de doce meses cinco gramos de FORTIBONE® o un placebo. Los cambios de la masa ósea fueron medidos en el cuello del fémur y en la columna vertebral. La densidad ósea de los participantes que ingirieron FORTIBONE® mejoró significativamente. Los datos muestran un claro aumento de la densidad mineral ósea (DMO). Con esto es FORTIBONE® una interesante posibilidad para contrarrestar la degeneración del hueso.



**PARA MÁS INFORMACIÓN:**  
Dr. Stephan Hausmanns  
Tel. +49 (0) 6271 84-2109  
[stephan.hausmanns@gelita.com](mailto:stephan.hausmanns@gelita.com)

# Personas, mercados, oportunidades

**"Let's deliver better nutrition together" – con este lema GELITA invitó en Berkeley, California, EE.UU., a un simposio en torno a los péptidos de colágeno y la gelatina. Participantes internacionales de la industria discutieron con GELITA sobre las tendencias, innovaciones y nuevas oportunidades de mercado.**

Con un interesante programa de conferencias, extensa información sobre el mercado de gelatina y de los péptidos colágenos bioactivos y una excepcional acción culinaria, GELITA entusiasmó a alrededor de 60 participantes de 10 países que habían aceptado la invitación de la empresa al simposio 2016.

Franz-Josef Konert, Director general de GELITA, abrió el programa y hizo una presentación sobre la estrategia de la compañía para el crecimiento e innovación. Además, proporcionó una visión general del desarrollo dinámico de la gelatina y los péptidos de colágeno bioactivos incluyendo los numerosos factores que influyen en este mercado.

Un gran número de los mejores conferencistas se encargaron de los puntos importantes. La atención se centró en la evolución futura de las industrias de la salud y de los alimentos, así como los avances tecnológicos en la producción de cápsulas. El gran precursor Patrick Rea, fundador y Director general de Health Business Partners, Adam Ismail, Director ejecutivo de la Organización Mundial EPA y DHA Omega-3, y la Dra. Gabriele Reich, profesora de la Universidad de Heidelberg y experta en Tecnología Farmacéutica y Biofarmacia, condujeron a la audiencia por un emocionante viaje a través de los mercados, las innovaciones y las tecnologías.

Mucha atención atrajeron las ideas sobre los proyectos innovadores que ocupan a GELITA. Estos fueron presentados por representantes de la industria, la investigación y el desarrollo. "Estoy sorprendido

acerca del número de oportunidades de mercado que existen para las proteínas de colágeno", o "¡Es sorprendente cuánta alta tecnología se esconde en una cápsula de gelatina", fueron algunos de los comentarios de la audiencia.

Un toque de ciencia ficción añadió el Prof. Wolfgang Henseler, Creative Managing Director de Sensory-Minds, en el Simposio: Él llevó a la audiencia en un viaje a través de los medios futuros y la tecnología y demostró que importancia tiene la transformación digital para la salud y la industria alimentaria.

Y por último pero no menos importante, los participantes pudieron probar ellos mismos la versatilidad de la gelatina: En una experiencia culinaria única y bajo la guía de cocineros profesionales crearon un gran menú. A pesar de un laborioso y ambicioso programa aún quedó tiempo suficiente para relajarse y para el intercambio y el networking. En consecuencia, el feedback de los clientes fue muy positivo: Todos ellos, sin excepción recomendarían a sus colegas asistir a un simposio GELITA.



El Simposio GELITA ofrece a los participantes una plataforma para el intercambio de ideas.

#### PARA MÁS INFORMACIÓN:

Lara Niemann  
GELITA USA  
Tel. ++1 712 943 1692  
lara.niemann@gelita.com

# Nuevo récord

Un clima espectacular les esperaba a los 1.600 corredores en la cuarta edición del GELITA Trail Maratón Heidelberg el 1. de Octubre de 2016. Más de 400 corredores realizaron la distancia completa de un recorrido muy exigente. Por encima de todos: Florian Neuschwander. El corredor de fondo y ultracorredor quedó casi 20 minutos bajo el record anterior con un tiempo de 2:55:25 horas. Entre las mujeres ganó otra vez quién consiguiera el 1. lugar el año pasado, Aoife Quigly. "Estamos encantados que pudimos superar el número de participantes del año pasado", dijo el Dr. Christian Herbert, Director General de la Agencia de Eventos Deportivos m³, y continuó: "En una de las ciudades más bellas del mundo realizamos una de las maratones más espectaculares".



# Sostenible-mente mejor

"Nos ocupamos de la gente, la sociedad y el medio ambiente". De acuerdo con este lema, en los últimos años, GELITA ha invertido consistentemente en todos los sitios en procesos eficientes y tecnologías modernas y se ha comprometido en proyectos sociales. El Informe de Sostenibilidad de GELITA 2015 muestra el progreso. A continuación, el consumo de energía se redujo dentro de dos años en 15,6 y los residuos en 32,2 por ciento – y todo esto dentro de una producción aumentada. El número de accidentes se redujo de 103 en 2014 a 58 en el siguiente año. El informe de sostenibilidad completo puede descargarlo bajo [www.gelita.com](http://www.gelita.com).

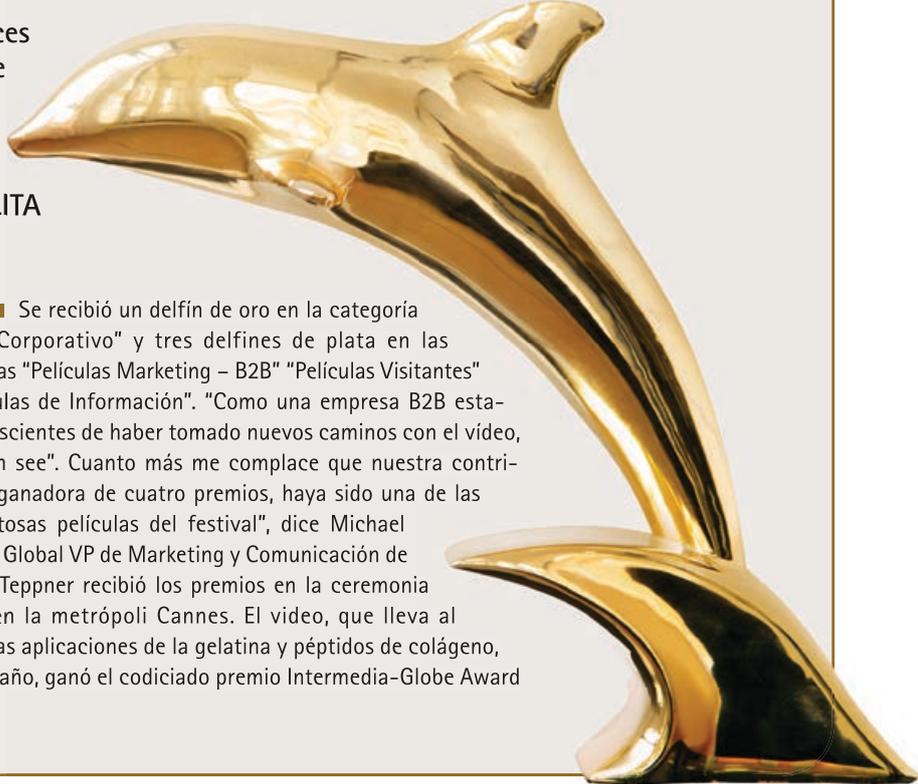
# Medallas para el vídeo GELITA

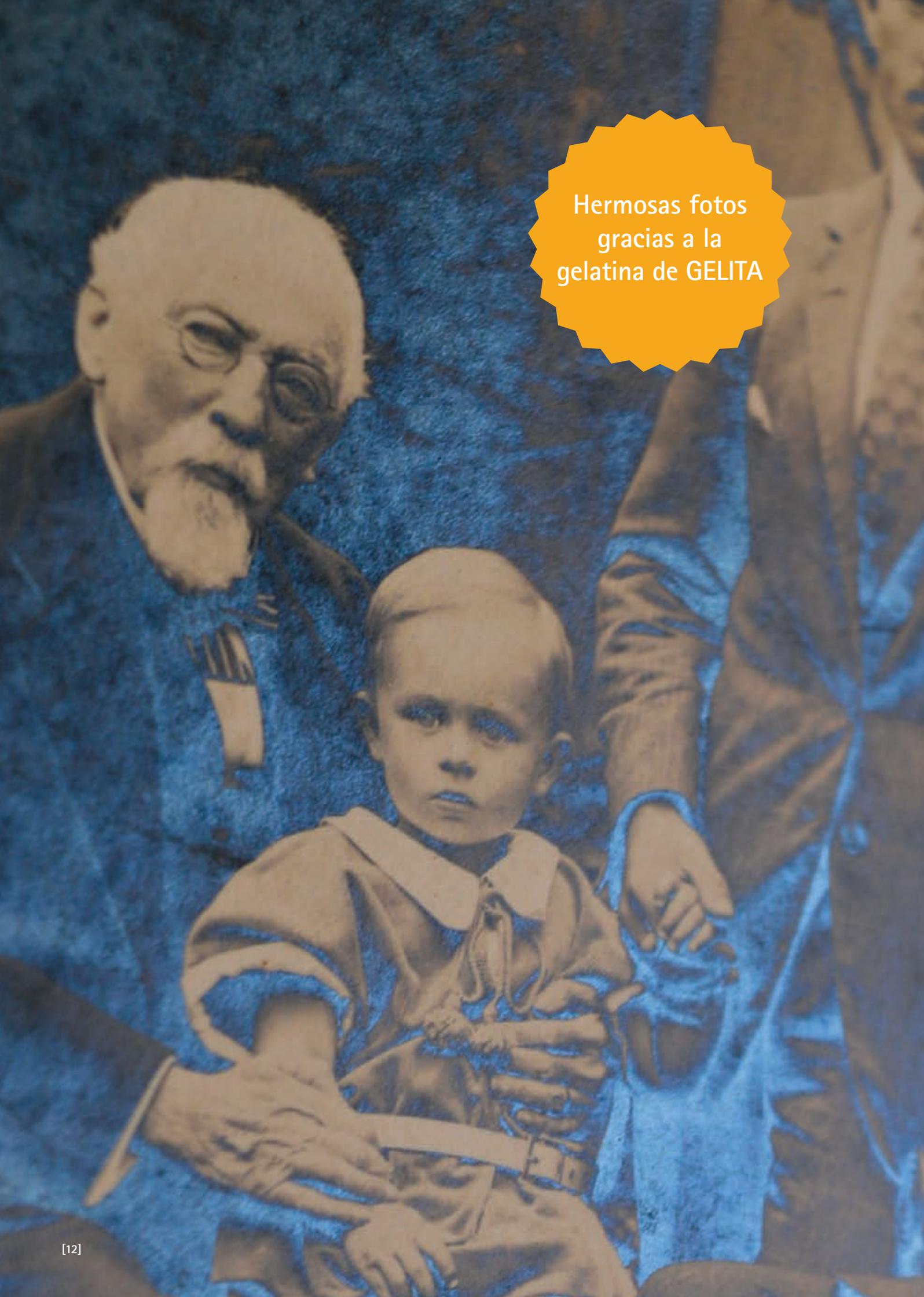
Una de oro, tres de plata – los jueces de la corporación Cannes Corporate Media TV Awards 2016, uno de los principales festivales de la industria del cine comercial, estuvieron todos de acuerdo: ¡El Video Corporativo GELITA "You can see" es excelente!



Se recibió un delfin de oro en la categoría "Video Corporativo" y tres delfines de plata en las categorías "Películas Marketing – B2B", "Películas Visitantes" y "Películas de Información". "Como una empresa B2B estamos conscientes de haber tomado nuevos caminos con el video, "You can see". Cuanto más me complace que nuestra contribución, ganadora de cuatro premios, haya sido una de las más exitosas películas del festival", dice Michael Teppner, Global VP de Marketing y Comunicación de GELITA. Teppner recibió los premios en la ceremonia oficial en la metrópoli Cannes. El video, que lleva al

observador por un emocionante viaje a través de las aplicaciones de la gelatina y péptidos de colágeno, ya había sido premiado antes: A principios de este año, ganó el codiciado premio Intermedia-Globe Award in Gold en el World Media Festival.





Hermsas fotos  
gracias a la  
gelatina de GELITA

# Rescatando obras de arte

Las áreas dañadas eran muy pequeñas y el desafío grande. Kerstin Bartels debía rescatar una foto del artista Günther Förg. Ella recurrió a sus más de 20 años de experiencia en la conservación de fotografías – y a la gelatina de GELITA.

La fotografía en gran formato, enmarcado del año 1970, estaba pegada firmemente en el centro, en el vidrio. "Esto sucede a través de un calentamiento selectivo. La capa de gelatina de la foto se derrite y se adhiere con firmeza, al enfriarse", dice Kerstin Bartels. Antes, alguien ya había tratado de retirar la imagen y por lo tanto había estropeado varios puntos de la capa de la foto. Ninguna tarea fácil para la restauradora de fotografías diplomada.

## ¡No tocar!

Bartels pertenece al grupo de los pocos expertos en Alemania en el ámbito de la conservación de fotografías. A la pregunta si no sería más fácil escanear las fotos y reproducirlas con facilidad con el ordenador, Bartels mueve vigorosamente la cabeza: "Al transferirla en una foto digital se crea algo nuevo. Una fotografía de 1910 no debe terminar pareciéndose a una de hoy. Se trata de preservar el auténtico efecto de la imagen, su encanto. "El no guardarlas adecuadamente, las grandes fluctuaciones de temperatura, la luz, la humedad excesiva, todo esto fomenta la desintegración de fotos. Por otra parte, la gente daña las fotografías considerablemente. "Incluso una sola huella digital deja un daño irreversible, debido a que el sudor de la mano destruye la plata de la imagen o el color", dijo Bartels.

Bartels, quien trabaja independientemente como restauradora cerca de Berlín, viaja alrededor del mundo, a museos, archivos,

galerías y coleccionistas para brindar asesoría. Ella imparte talleres y crea conceptos para la preservación de colecciones fotográficas, este año, por ejemplo, para el Instituto Arqueológico alemán de El Cairo. Se trata de la preservación de 13.500 negativos de vidrio, que se hicieron durante el período 1882-1930. "Estas maravillosas fotografías documentan antigüedades egipcias", dice Bartels. Para hacer frente a esta tarea gigantesca Bartels, ha capacitado a un equipo de siete personas, todos egipcios, los cuales ahora pueden restaurar ellos mismos sus tesoros fotográficos.

## La gelatina apropiada es lo que importa

Como un detective Bartels utiliza un microscopio e investiga antes de empezar con la restauración de una foto. Pero, ¿cómo se decide que se debe conservar y qué no? "El límite está dónde se empieza a especular, o sea cuando las medidas no son controlables. "Si algunas capas fotográficas se han separado del sustrato de vidrio, Bartels las une otra vez con la gelatina de restauración, o si algunos retoques históricos se han aflojado, ella los consolida con una niebla de gelatina. "Importantes son una calidad constante y una alta transparencia de la gelatina", dice Bartels, que para la consolidación de las obras confía en la gelatina RESTAURACIÓN 1 de GELITA. "En GELITA también tengo una persona de contacto para preguntas específicas. Esto apoya mucho mi trabajo".

¿Y la foto de Förg? Bartels consiguió remover la capa de fotos del vidrio. Los fragmentos individuales que faltaban los insertó como intarsia y retocó y completó lo que faltaba utilizando la gelatina GELITA. Desde la distancia, no se puede observar nada, sólo desde muy cerca, se puede y se debe todavía reconocer. ¡El rescate fue todo un éxito!



Kerstin Bartels restaurando viejas fotos.

### PARA MÁS INFORMACIÓN:

Dr. Christoph Simon  
Tel. +49 (0) 6271 84-2535  
christoph.simon@gelita.com

Kerstin Bartels  
www.fotografien-erhalten.de

## Nuevos diseños de la web

Tras la revisión del sitio [www.gelita.com](http://www.gelita.com), la compañía ha rediseñado completamente ahora sus sitios web [www.gelitahealth.com](http://www.gelitahealth.com) y [www.gelitamedical.com](http://www.gelitamedical.com). Motivos expresivos despiertan la curiosidad sobre el fascinante mundo de los productos GELITA. A través de una clara estructura, el visitante encuentra con uno o dos clics la información deseada.



### CITAS FERIALES:

Visite GELITA y experimente productos innovadores para las grandes tendencias del mañana. En el 2017 estaremos presentes, entre otras, en las siguientes ferias:

<u>ENGREDEA, Anaheim</u>	del 10 al 12 marzo, 2017
<u>Ingredients Marketplace, Orlando</u>	del 18 al 20 abril, 2017
<u>Vitafoods, Ginebra</u>	del 9 al 11 mayo, 2017
<u>HNC, Shanghai</u>	del 20 al 22 junio, 2017
<u>Foodpro, Sydney</u>	del 16 al 19 de julio, 2017
<u>IFT, Las Vegas</u>	del 25 al 28 julio, 2017
<u>FISA, Sao Paulo</u>	del 22 al 24 agosto, 2017
<u>Vitafoods Asia, Singapur</u>	del 5 al 6 septiembre, 2017

## Impresión

uptodate es una información del Grupo GELITA

**Editor:**  
GELITA AG  
Uferstr. 7  
69412 Eberbach  
Alemania  
[www.gelita.com](http://www.gelita.com)

**Redacción:**  
V.i.S.d.P: Stephan Ruhm,  
Marketing y Comunicación  
[stephan.ruhm@gelita.com](mailto:stephan.ruhm@gelita.com)  
Michael Teppner,  
Vicepresidente de Marketing  
y Comunicación  
[michael.teppner@gelita.com](mailto:michael.teppner@gelita.com)  
Tel.: +49(0)62 71 84-2190  
Fax: +49(0)62 71 84-2718

**Concepto, texto y diseño:**  
srg werbeagentur ag, Mannheim

**Impresión:**  
Metzgerdruck, Obrigheim

**Traducción al español:**  
Milagros Cárdenas-Keller

*Reproducción sólo con autorización  
de la redacción.*

A nivel mundial

## El mundo ama a los animales

Solo una aclaración, no todos los animales en casa son mascotas. Mientras que las personas hace unos 10.000 años comenzaron a hacer uso de los animales como el cerdo, las vacas y ovejas para sobrevivir, a los antiguos egipcios les tomó cerca de 4.000 años, ver a los gatos, no sólo como cazador de ratones y respetarlos religiosamente y como mascota. Una mirada más cercana merece el perro: Su domesticación comenzó hace 13.000 años, inicialmente para proteger a las personas de los animales salvajes. Si la gente entonces comenzó a construir una relación emocional con él, no lo sabemos. Hoy, sin embargo, el perro es la mascota más popular del mundo. "El mejor amigo del hombre" goza de casi demasiada atención: En el sentido de ropa, muebles y dieta vegetariana, para los descendientes del lobo todo es discutible. Pero, por supuesto, todos queremos que las criaturas que se nos han confiado se sientan bien, finalmente, contribuyen mucho a nuestro bienestar espiritual.

Para la comida saludable de los cuadrúpedos GELITA ofrece, por ejemplo, con las mejores grasas, proteínas y minerales, así como con gelatina y péptidos de colágeno, una comida sabrosa especialmente fácil de digerir. Para contrarrestar el dolor en las articulaciones, en virtud de la forma como son criados muchos animales domésticos, se ha desarrollado GELITA PETAGILE®. Los péptidos de colágeno bioactivos de este suplemento dietético estimulan la regeneración de cartílago articular y por lo tanto actúan contra el desgaste de las articulaciones por envejecimiento o sobrecarga. Con el cuidado adecuado, nuestros amigos animales pueden vivir hasta en la vejez sanos y felices.



### Europa

Usted cree que los alemanes son los más grandes amantes del perro en Europa. Un estudio mundial de la empresa Nürnberger Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) mostró que el animal doméstico más común en Alemania es – ¡Miau! El gato! Sólo los franceses y los rusos están todavía más obsesionados por ellos: 41 por ciento de todos los animales domésticos en Francia son los gatos, en Rusia hay incluso un 57 por ciento. En ambos países ocupan los perros un segundo lugar, con un 29 por ciento. Sin embargo, en Alemania, sólo el 21 por ciento de los dueños de mascotas tienen perro. ¿Y que país de Europa tiene ahora la mayoría de estos amigos de cuatro patas? Es Polonia – con un 45 por ciento.



### EE.UU. y América del Sur

Una de cada dos personas en los Estados Unidos es amo o ama de un perro; sin embargo, en Argentina el 66 por ciento de la población tiene al menos un perro, seguido de cerca por México (64 por ciento) y Brasil (58 por ciento). Un gigantesco mercado de productos para animales domésticos, que en parte está floreciendo de forma extraña. Especialmente en los EE.UU. muchos de los animales están sufriendo de adiposidad – la cual tratan de combatir con visitas a instalaciones deportivas especiales que ofrecen entre otros, aeróbic acuático para proteger las articulaciones. ¡Qué vida de perros!



### Asia

Cualquiera que piense que en Asia debido a la tradición los animales domésticos preferidos son el pescado o las aves, tienen sólo parcialmente razón. Mientras que comparando internacionalmente China posee efectivamente la mayoría de los peces (17 por ciento), sin embargo, el animal más popular es aquí, con el 25 por ciento, ¡el perro! A menudo es cuidado y mimado como un propio hijo. En Japón, poca gente tiene relativamente un animal de compañía, pero aquí es también el perro el más popular con un 17 por ciento. La mayoría de las aves encuentran sorprendentemente un hogar en Turquía: 20 por ciento de los turcos mantienen a los amigos con plumas.



¡Una síntesis de nuestros últimos folletos, puede ser descargada bajo [www.gelita.com](http://www.gelita.com) gratis!

GELITA AG  
Uferstr. 7  
69412 Eberbach  
Alemania

[www.gelita.com](http://www.gelita.com)

**GELITA**  
Improving Quality of Life