

GELITA

# UPTO DATE

La revista para los clientes de GELITA

#40

Producto innovación

El efecto  
NOVOTEC®

Más en la página 6

# Estimados lectores,

Nuevas plantas y nuevos productos lo muestran: GELITA está creciendo. Sólo este año estamos invirtiendo 56 millones de euros en nuestras plantas. Esta inversión gigantesca está centrada en la expansión de nuestras capacidades. De esta manera estamos bien preparados para el mercado de rápido crecimiento de los péptidos de colágeno y para proporcionar nuestra perfecta calidad habitual GELITA. Hablando de la calidad: ¿Sabía usted que la seguridad laboral juega un papel muy importante en la calidad del producto? ¿Por qué esto es así y qué ventaja obtienen nuestros clientes de nuestros altos estándares de seguridad en el trabajo, lo explica German Heil Global VP Manufacturing en una entrevista.



Es difícil de creer: BODYBALANCE® y el entrenamiento de los músculos ponen el cuerpo en forma otra vez - ¡y, sin siquiera cambiar los hábitos alimenticios! Pero ¿Por qué seguimos recomendando a nuestros clientes no tener en cuenta este aspecto en su estrategia de comunicación? Léalo en nuestro artículo de enfoque.

Nuestra familia NOVOTEC® ha crecido en un tiempo muy corto tres productos NOVOTEC® CL800, NOVOTEC® CR800 y NOVOTEC® CB800. Estos productos refrigeran, lubrican, separan, limpian y protegen el medio ambiente mucho mejor que otros agentes acostumbrados. Lo bueno es que estos productos proteicos innovadores protegen también el presupuesto de las empresas.

¡Crecza con GELITA! En este sentido, le deseamos un exitoso verano.

## Michael Teppner

Global VP Marketing & Communication  
GELITA AG

Grupos focales GELITA:  
El uso específico del potencial de mercado

uptodate habló con German Heil,  
Global VP Manufacturing

NEWS

Inversiones,  
seguridad laboral,  
éxitos y más

[12]

[10]



[3]

Interview

"En la individualización  
se encuentra un gran  
valor para el cliente."

GELITA "A nivel mundial"

Así disfruta el  
mundo del café

[8]



Innovación

El efecto  
NOVOTEC®

[15]



Applications

GELITA hace sonar  
los violines

[6]



Entrevista

## "Nuestra gran ventaja: Podemos suministrar a nuestros clientes en todo el mundo"

Con 20 plantas de producción en todos los continentes GELITA consigue llegar prácticamente a todos los mercados. German Heil, Global VP Manufacturing, explica en una entrevista como los consumidores se benefician de las inversiones del Global Player y de los altos estándares en el tema seguridad laboral en GELITA y porque la comunicación en la producción ahora funciona incluso mejor.

**Sr. Heil, usted se encuentra desde Agosto de 2016 en GELITA ¿qué le llamó la atención en la producción desde el principio?**

Me impresionó su integración horizontal. GELITA posee el know how para producir productos alimentici-

os, pasando por farmaceuticos hasta la fabricación de dispositivos médicos, de esta manera puede servir a diferentes clientes y estándares, así como también llamó mi atención su extraordinaria integración vertical, desde la materia

prima hasta el producto terminado. No menos importante para mí fue también la cultura corporativa y la gran experiencia de los empleados. Estas fueron las razones muy importantes que me llevaron a GELITA.

# "En nuestros productos se acumula toda nuestra experiencia"

## ¿Qué prioridades se han establecido en la producción?

En primer lugar, la seguridad en el trabajo es lo más importante. Esto significa no sólo que los empleados vuelvan a casa tan seguros como vinieron a trabajar, sino que los procesos sean seguros. Procesos estables y certificados son un requisito previo para la alta calidad de la cual se destaca GELITA. Para nosotros es importante la excelencia operativa, con esto nos referimos a nuestra búsqueda de un servicio óptimo para los clientes y la mayor eficacia posible de nuestros propios procesos.

quier otra parte en el mercado, muchos estudios confirman, por ejemplo, los beneficios de nuestros péptidos de colágeno. El

"Los grandes clientes nos ven como un socio fuerte porque cumplimos con todos los estándares"

hecho de cubrir toda la cadena de producción e invertir continuamente nos permite ofrecer

## GELITA produce en todo el mundo en 20 ubicaciones. ¿Cómo funciona la comunicación entre las plantas?

Todos los jefes de planta y ejecutivos se reúnen dos veces al año para grandes reuniones. Ahora hemos introducido los llamados Meetings Drumbeat para las regiones del Oeste, Este y Europa. En estas conferencias web minuciosas y estructuradas de dos semanas, analizamos el trabajo diario y nos centramos en las respectivas prioridades Top Ten. Comunicarse 26 veces al año con los colegas es mucho mejor que hacerlo una vez al año. Los colegas aprenden a conocerse mejor y obtienen más información de la empresa y los mercados. Por ejemplo, si hay una escasez de materias primas en México puede afectar a los Estados Unidos, o cómo cambian los precios de los productos en todo el mundo. Activamos, por lo tanto, conocimientos nuevos.

"En la individualización se encuentra un gran valor añadido para los clientes"

## ¿Qué papel desempeña la digitalización en GELITA?

Estamos trabajando intensamente en este tema. Con el fin de saber exactamente lo que la digitalización puede significar para nosotros, observamos lo que hacen los líderes en la tecnología, intercambiamos ideas con otras empresas y visitamos instituciones independientes. Hemos encontrado que la digitalización puede ayudarnos a mejorar nuestra competitividad, esto se hace mediante el manejo o la reducción de la complejidad y el uso seleccionado de tecnologías digitales. El siguiente paso será un plan para desarrollar tendencias clave, las extenderemos con información digital y definiremos los Business Cases que aportan un valor añadido a GELITA. Hasta finales de noviembre debe estar lista nuestra estrategia.

## ¿Qué significa el Internet de las cosas para los clientes?

Cada vez más empresas entienden que el Internet de las cosas es como una oportunidad para generar ingresos adicionales a través de



## ¿Qué tema ocupa su mente en la actualidad?

Un foco está en nuestra Manufacturing Footprint. ¿Cuándo es el momento adecuado para expandir las capacidades? Cómo adaptamos nuestras fábricas y toda nuestra tecnología a las condiciones del mercado? La construcción de nuevas plantas y la introducción de las nuevas tecnologías requieren un largo tiempo de espera y un alto nivel de compromiso, solamente este año, GELITA invirtió 56 millones de euros en nuevos equipos.

## ¿Qué ventaja tienen los clientes de estas inversiones?

GELITA proporciona productos en una variedad y calidad que no se puede obtener en cual-

productos de alta calidad. En nuestros productos está acumulada toda nuestra experiencia.

## ¿Qué influencia tienen sus clientes en la producción?

Mucho clientes exigen muchas normas, tales como Halal, Kosher, FSSC 22000 o certificaciones según las normas DIN ISO 9001, 13485, 14001 o 50001. Además clientes establecidos en todo el mundo esperan que estemos presentes a nivel mundial y podamos crecer con ellos.

nuevos productos o nuevos servicios, además permite una mayor variedad y pequeñas cantidades a precios razonables. La industria habla de la producción en masa. Exagerando, la producción de un solo producto puede ser tan eficaz como un producto fabricado en serie. En esta individualización se encuentra un gran valor añadido para el cliente.

**"Queremos actuar con mayor frecuencia en vez de reaccionar"**

**¿Qué reto ve usted para el futuro?**

El aumento de los estándares de calidad continuará y la volatilidad de los mercados de materias primas se incrementará. Queremos más actuar, que reaccionar y utilizando buenos modelos, con los cuales nos puede ayudar la digitalización y anticiparnos así a

la evolución más temprano que antes. Otro tema de GELITA es el cambio demográfico en los últimos diez años. Los empleados sostienen una gran lealtad a la empresa a lo largo de los años. Si bien empezamos con la planificación de la sucesión muy temprano es un verdadero reto el traspaso del know-how a la siguiente generación.

**¿Qué es lo que más le gusta de su trabajo como gerente de producción?**

La producción es un campo muy dinámico de trabajo, que ofrece un gran espacio para el diseño lo que hace que el éxito sea inmediatamente visible. Además me encanta trabajar con la gente.

**¿Cómo se relaja después del trabajo?**

Corro mucho y soy un jugador de tenis apasionado, aunque no sea el mejor. Me gusta la filosofía y soy un fan del filósofo



romano Séneca. Me relajo cocinando, por otra parte mi familia es muy importante para mí, estoy casado y tengo dos hijos de 16 y 18 años.



**German Heil**

trabaja desde agosto de 2016 como Global VP Manufacturing para GELITA. Heil que estudió ingeniería mecánica, especializada en ingeniería de procesos y administración de empresas trabajó 19 años en Unilever, y CSM Corbion.

Separe y  
refrigere con  
NOVOTEC® CR800



Limpie y  
proteja con  
NOVOTEC® CB800



Refrigere y  
lubrique con  
NOVOTEC® CL800

NOVOTEC® CL800



NOVOTEC® CR800

# Las proteínas NOVOTEC® revolucionan las aplicaciones industriales

Lubricar, separar, limpiar – diferentes procesos en la industria y los hogares se pueden realizar con proteínas ambientales y eficientes. Cada vez más y más aplicaciones técnicas se benefician del "Efecto NOVOTEC®".

Las empresas de transporte Rhein-Neckar-Verkehr GmbH y DB Regio AG Schleswig-Holstein ya lo han cambiado: En lugar de limpiadores ácidos o alcalinos utilizan ahora proteínas para limpiar su material rodante. Detrás de esto hay un efecto especial. "Este se produce cuando superficies tratadas con proteínas especiales entran en contacto con el agua, por ejemplo al ser limpiadas o refrigeradas", así lo explica el Dr. Matthias Reihmann, Head of Global Product Management Photo/Technical en GELITA. "El principio es, entre otros, relevante en los procesos de limpieza en la elaboración de metales o en la fundición a presión de aluminio, explica Reihmann sucesivamente.

## El efecto NOVOTEC®

Los científicos de GELITA han descubierto que proteínas funcionales se fijan en superficies tales como metal o vidrio y se unen formando una película fuerte y durable, en cuanto el agua llega a la superficie, las proteínas atraen las moléculas de agua creándose una capa protectora hidrofílica. En GELITA se hace referencia a esto como el "Efecto NOVOTEC®". Se puede utilizar para proteger superficies o para mejorar los pasos de la producción como separación, lubricación y refrigeramientos. Hasta el momento los expertos de GELITA han desarrollado aditivos de proteínas para tres áreas de aplicación: NOVOTEC® CB800 para detergentes con el efecto de auto-limpieza, NOVOTEC® CL800 para lubricantes de refrigeración sin aceite y NOVOTEC® CR800 para agentes de separación sin cera.

## Limpieza económica y ecológica

La película protectora de espesor microscópico formada por la interacción de las proteínas, hace las superficies, en gran medida, repelentes a la suciedad. Las partículas de suciedad no pueden pegarse y son sencillamente arrastradas por el agua. Este efecto autolimpiante prolonga los intervalos de limpieza considerablemente. La DB Regio AG Schleswig-Holstein, por ejemplo, ha podido extender sus ciclos de limpieza de dos días a dos semanas, reduciendo significativamente el impacto ambiental y el consumo de recursos.

## Refrigerar y lubricar efectivamente

En el tratamiento de metal las proteínas funcionales pueden reemplazar el aceite y otros lubricantes sintéticos en agentes refrigerantes. Por la unión con el agua, por un lado, refrigeran mucho más eficiente que un producto a base de aceite. Por otro lado, la película de proteína protege la superficie durante el procesamiento, sin dejar los residuos habituales. El resultado son piezas de trabajo limpias, con menos desgaste y hasta 40 por ciento menos en el consumo de refrigerantes. También se benefician

el medio ambiente y los empleados: NOVOTEC® – las proteínas están libres de alérgenos y no provocan irritaciones de la piel. También los vapores que se producen son inofensivos.

## Separación rápida y limpia

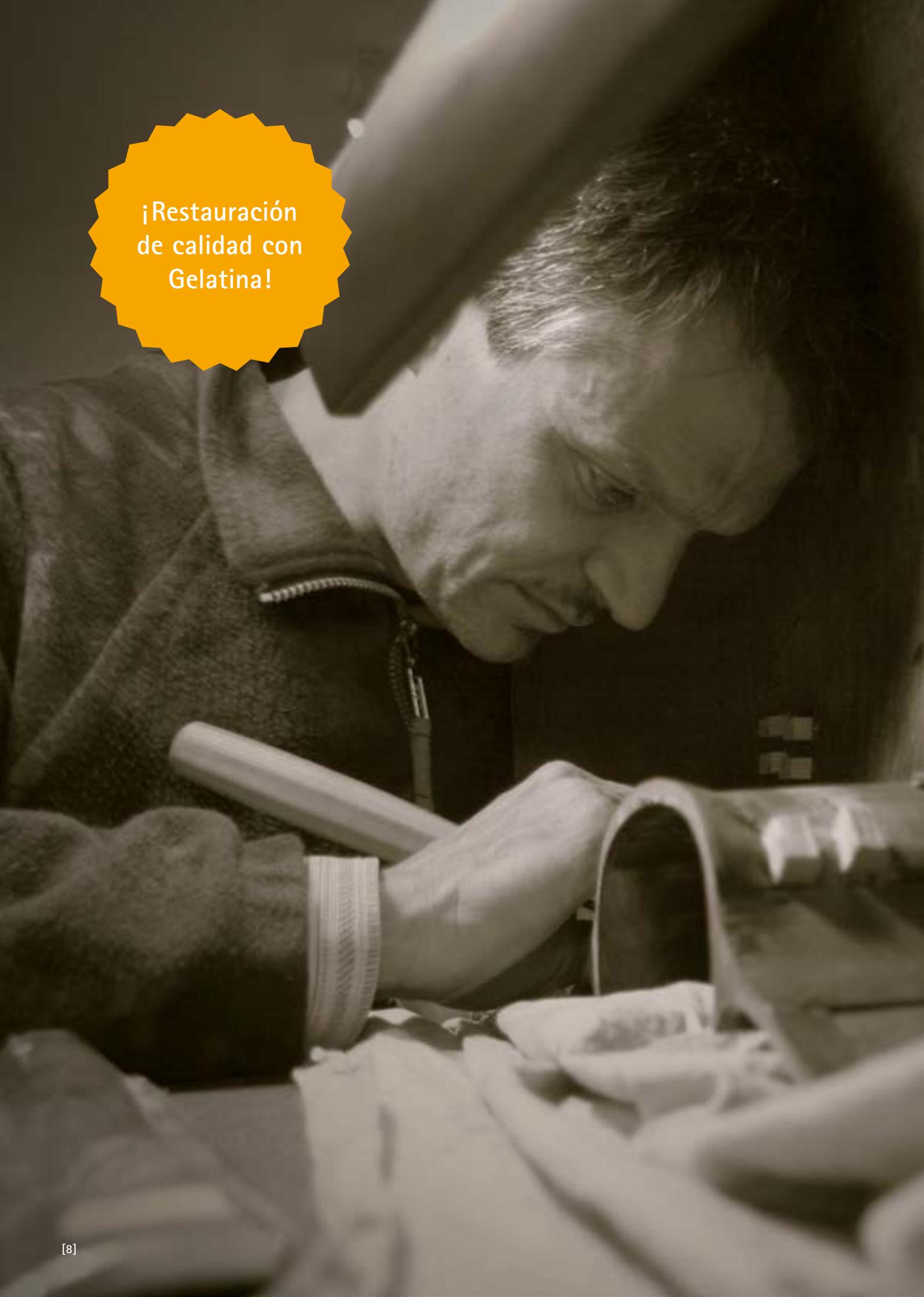
En la fundición a presión de aluminio las proteínas pueden sustituir los aceites o ceras en los agentes desmoldantes. A pesar de que sirven para la separación, a través de su efecto de repelencia al agua, reducen la refrigeración, lo que alarga el tiempo del ciclo. "Las proteínas de colágeno son hidrófilas y aceleran el enfriamiento después del proceso de fundición, a continuación, aseguran la separación de la pieza de trabajo y el molde", explica Reihmann, lo que conduce a tiempos de ciclo más cortos, así como al ahorro de agua, aguas residuales y aditivos.

## Ventajas ecológicas y económicas

Los clientes que ya utilizan productos NOVOTEC®, aprecian tanto sus beneficios ambientales como económicos, nos dice Reihmann. "En comparación con convencionales agentes, nuestros productos ofrecen marcadas ventajas en el proceso y los costes, y como están preparados con colágeno, con su ayuda se pueden crear procesos industriales buenos para el medio ambiente y la salud" concluye resumiendo. Las empresas pueden beneficiarse fácilmente del efecto NOVOTEC®, utilizando uno de los aditivos NOVOTEC®.

### MÁS INFORMACIÓN:

Dr. Matthias Reihmann  
Tel. +49 (0) 6271 84-2538  
[matthias.reihmann@gelita.com](mailto:matthias.reihmann@gelita.com)



¡Restauración  
de calidad con  
Gelatina!

# Clara ventaja

Schilbach. El nombre tiene una buena reputación entre los músicos y luthiers del mundo. Alexis Schilbach restaura instrumentos valorizados a veces en millones. Su hermano Benjamin desarrolla y comercializa productos para el violín. Incluyendo un pegamento que gracias a la alta tecnología industrial de la gelatina de GELITA, es mejor que cualquier otro producto que haya habido antes en el mercado.

Antes de que Alexis Schilbach empiece con la restauración de un violín en su atelier en el lago Ginebra, él se crea un concepto: "Si la tapa del violín, por ejemplo, tiene una fisura, reflexión como puedo cerrarla a través del uso de un sargento de sujeción o presillas y luego decido como deseo pegarla. El asunto es tratar de retirar la tensión en la madera que podría estar causando el daño", explica el luthier, "sólo después se empieza con la mano de obra". Schilbach limpia el

más tiempo para el posicionamiento correcto del sargento para sujeción. Después de eso, la fisura debe permanecer en esa posición obligada 24 horas antes de continuar con el proceso. Los siguientes pasos de la reparación de la fisura es el laqueado, llenado y retoque. El mayor desafío es que la fisura no se vea más. Eso suena muy fácil pero puede llegar a necesitar bastante tiempo. La restauración de instrumentos muy dañados puede durar entre un año o dos.



Schilbach restaura violines y vende productos para luthiers.



área dañada primero con agua destilada, luego coloca el sargento para sujeción por mucho tiempo y tantas veces hasta que su concepto funcione. En un siguiente paso del trabajo coloca peróxido de hidrógeno y amoníaco en la fisura.

El radical de oxígeno, causado por la mezcla, elimina las manchas de cloro, la suciedad y abre las microestructuras de la madera. "Esta reacción debo neutralizarla con agua destilada en el momento correcto. Este proceso aumenta el poder del pegamento" dice Schilbach. El trabajo con el pegamento, se lleva a cabo bajo una lámpara de calor de manera que este permanece en estado líquido durante

Este pegamento cumple lo que promete.

Benjamin Schilbach tomó contacto con el Dr. Christoph Simon de GELITA porque la calidad de la cola que usaba siempre ya no llenaba sus expectativas. Este le envió inmediatamente a Suiza, muestras de gelatina técnica especial para las respectivas pruebas. De esta forma pudimos encontrar rápidamente el tipo de gelatina que necesitaba el luthier, dice el gerente de diseño y producto.

El pegamento debe tener excelentes propiedades adhesivas pero no ser quebradizo. Muy importante en la restauración es también la claridad, ya que la madera debe mantener su color. Benjamin Schilbach ofrece dos diversas colas en su tienda online. "La LUT Universal" particularmente para la construcción del violín. El pegamento o cola aún mucho más claro, "Restauración Extra" es perfecto para la restauración. "Otra ventaja para los clientes es que Schilbach utiliza latas herméticamente sellables con una cuchara dosificadora, lo que hace su manejo mucho más fácil. Hasta ahora se vendía el pegamento sólo en bolsas, esto no era muy práctico ni muy adecuado para la durabilidad. Los clientes saben apreciar la nueva calidad. Luthiers de Japón, Canadá, Europa y los EE.UU. compran los productos en la tienda online.



#### MÁS INFORMACIÓN:

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

[www.schilbach.net](http://www.schilbach.net)

# Uso específico del p

Por lo general, las empresas se ocupan de los deseos de sus clientes directos. GELITA da un paso más: La empresa examina cómo los grupos destinatarios de sus clientes evalúan los nuevos conceptos innovadores – y por lo tanto coloca información directa e importante en la mano de los expertos en Marketing de sus clientes para su estrategia.

En el foco de la investigación se encontraba el tema "Fitness y Figura". El efecto positivo de los altamente especializados péptidos colágenos BODYBALANCE® en la tonificación de los músculos y la pérdida de grasa, ha sido demostrado en varios estudios aleatorizados doble ciego y controlados con placebo. "Además, nosotros deseamos comprender, por un lado, las necesidades y motivaciones de los usuarios finales y comprobar como esta respondiendo BODYBALANCE®. Para ello se realizaron extensas entrevistas a grupos focales. Preguntamos, entre otras cosas, que sabían sobre proteínas y que interés tenían en BODYBALANCE®" dice el Dr. Stephan Hausmann, VP Health and Nutrition en GELITA.

Los 24 debates moderados con un total de 240 participantes se llevaron a cabo en Alemania, Inglaterra y los EE.UU. "No sólo se trataba de tener una buena mezcla dentro de los grupos, sino que estuvieran presentes, en lo posible, países representativos", explica Hausmann. Alemania es representativa para Europa, se eligió la Florida debido a que allí viven muchos entusiastas del deporte de mayor edad y al Reino Unido porque estos resultados se pueden transferir a Australia y a los países escandinavos. Tres tipos de consumidores estaban en el foco: tipo atlético alrededor de 25 a 35 años de edad, activo, que ya consumía productos proteínicos; personas de 40 a 55 años de edad, que entrenan de vez en cuando; y el último grupo con personas de 60 a 80 años de edad que sufrían distrofia muscular relacionada con la edad. En

varios grupos de 8 a 10 participantes había la misma cantidad de hombres y mujeres. "Psicológicamente entrenados, los equipos de expertos dirigieron los grupos de enfoque. "Conseguimos crear una atmósfera en la cual todos se atrevieron a expresar su opinión, así pudimos evitar que no sólo los participantes dominantes tengan la palabra" explicó Hausmann.

## Todo el mundo quiere hacer algo por su cuerpo

Las evaluaciones muestran que no hay grandes diferencias de género en términos de motivación: Todo el mundo quiere hacer algo por su cuerpo. El que es joven desea tener un cuerpo en forma. Esta generación decidida y ambiciosa está convencida de que la sociedad espera el trabajo ya en la propia apariencia. Para los hombres y mujeres entre 40 y 55 años todo se refiere a mantener su atractivo. Los hombres luchan contra una barriga creciente y las mujeres contra la obesidad y la pérdida de un cuerpo sin arrugas. El lema "50 es el nuevo 40" aunque es asociado positivamente, ejerce presión. Para este grupo, es difícil conseguir el tiempo para hacer ejercicios, los niños, la carrera, la pareja le exigen también mucha atención. Sin embargo en el grupo de 60 a 80 años prevalece la resignación. Ellos están conscientes de la pérdida de masa muscular, han probado diferentes cosas, pero nada ha dado resultados. Su deseo es jugar con los nietos y poder continuar con su rutina diaria por mucho tiempo más sin la ayuda de nadie.

## Grupos focales:

En un grupo focal discuten de seis a diez participantes un tema específico bajo las instrucciones de un Moderador. El objetivo es conocer la forma de pensar de los participantes. Por la interacción de los participantes del grupo, se consigue a menudo información más profunda que en entrevistas individuales.



# Potencial de mercado

"Nos dimos cuenta que muy pocos sabían acerca de las proteínas", explica Hausmann, añadiendo: "Fue una verdadera revelación, el enterarse a través de una ilustración sobre tendones, músculos y ligamentos que el colágeno es un componente fundamental del cuerpo humano. En ese momento se despertó la curiosidad por BODYBALANCE®. "Sorprendente fue para GELITA que los participantes no creen que pueden lograr tener un cuerpo en forma entrenando sus músculos tres veces a la semana por 30 minutos y

tomando 15 gramos de proteína de colágeno diariamente sin cambiar sus hábitos alimenticios. Incluso después de que se les aseguró varias veces que pueden comer como de costumbre, no cambiaron su forma de pensar. "Por ello, recomendamos a nuestros clientes, no hacer

hincapié en este aspecto, ya que la credibilidad del producto podría verse perjudicada. Basta destacar la suplementación por BODYBALANCE® en conjunto con el entrenamiento de fuerza" dice Hausmann.

Si desea saber más acerca de todos los resultados de los grupos focales y aprender como puede explotar mejor el potencial de mercado de BODYBALANCE® en GELITA estaremos encantados de ayudarle con su concepto de marketing.

#### MÁS INFORMACIÓN:

Dr. Stephan Hausmanns

Tel. +49 (0) 6271 84-2109

[stephan.hausmanns@gelita.com](mailto:stephan.hausmanns@gelita.com)



# Un subproducto que lo tiene todo

La producción de gelatina es un proceso extremadamente eficiente – pero ¿quién habría pensado que, incluso, los residuos de la planta de tratamiento de aguas residuales en la que se purifica el agua residual de la producción, siguen siendo fértiles? Tan fértiles que se obtiene un gran fertilizante: Lodo de cal o lodo calizo, es un líquido fertilizante orgánico-mineral de nitrógeno-fosfato, el cual puede aplicarse tanto en forma

pura o mezclado con estiércol. La cal aumenta el pH del suelo, asegura un mejor metabolismo y hace que el nitrógeno rico en nutrientes este disponible para las plantas. El lodo de cal de GELITA recibió en 2001 el certificado de oro de la Asociación para el aseguramiento de Calidad de reciclaje de residuos de la tierra para construcción mbH (QLA). Con la finalidad que los productores reciban un producto óptimo, GELITA se dirigió a ellos con información y asesoramiento respondiendo a su solicitud. El resultado fueron útiles recomendaciones para abordar estos residuos altamente productivos.



#### CONTACTO:

Andreas Spiegel  
Tel. +49 (0) 6271 84-2073  
[andreas.spiegel@gelita.com](mailto:andreas.spiegel@gelita.com)

## ¡En GELITA la seguridad ante todo!

Bajo el lema "GO SAFE – Seguridad laboral nuestra prioridad número 1", GELITA ha comenzado esta primavera una campaña, para ello fueron preparados cinco carteles para llamar la atención sobre los riesgos de los accidentes. Estos carteles están colgados en todas las ubicaciones de la empresa.



# 56 millones de euros para el futuro

Esta suma invirtió GELITA sólo este año en nuevas y modernas instalaciones. Por ejemplo, GELITA construyó cerca de Sioux City, en EE.UU., una nueva planta que incluye una nueva torre de pulverización para el área de rápido crecimiento de los péptidos de colágeno. El proyecto de 22 millones de dólares estadounidenses creará 21 nuevos puestos de trabajo. En los últimos dos años la compañía ha construido una nueva torre de pulverización en la planta principal en Eberbach y una en Mococa Brasil. Tres torres de

aspersión, en tres continentes: GELITA está donde está la materia prima y donde están los clientes.

En los Países Bajos, la compañía ha aumentado sus capacidades para la gelatina y en Alemania las capacidades para hidrocoloide para péptidos de colágeno. En la planta de Eberbach se invirtió en cuatro tambores de lavado para pieles de ganado y con la expansión de la capacidad del secador de hoja GELITA responde a la creciente demanda de gelatina de hoja. Un nuevo robot y una planta de dilución de ácido completamente automática ayudarán a optimizar, en el futuro, los procesos de la producción teniendo en cuenta aspectos ecológicos y económicos.

## FORTIBONE® entusiasta expertos

A finales de marzo GELITA participó en el Congreso de Osteología 2017 en Erlangen, Alemania. En el prestigioso evento participaron 600 médicos, profesores y presidentes de asociaciones de Osteología de Alemania, Austria y Suiza. GELITA estuvo representada con un stand de FORTIBONE®, el péptido de colágeno, que contribuye de manera significativa a la estabilidad del hueso y favorece la flexibilidad. En una conferencia el Dr. Steffen Oesser, Jefe del Collagen Research Institut de Kiel, explicó los resultados de un estudio doble ciego\* sobre el efecto de los péptidos de colágeno bioactivos en FORTIBONE®. "El interés de los participantes fue enorme", manifestó complacido Martin Walter, responsable de producto en el sector Health & Nutrition acerca de la participación exitosa en el congreso.

*\*uptodate informó al respecto en su edición N. 39*



### CITAS FERIALES:

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

FOODPRO, Sydney	del 16 al 19 julio 2017
FISA, Sao Paulo	22 al 24 agosto 2017
Vitafoods Asia, Singapore	05 al 06 septiembre 2017
SupplySide West, Las Vegas	27 al 28 de septiembre 2017
CPhi, Frankfurt	24 al 26 octubre 2017
FOOD MATTERS, Londres	21 al 23 noviembre 2017
FIE, Frankfurt	28 al 30 noviembre 2017

## Impresión

uptodate es una información del Grupo GELITA

**Editor:**  
GELITA AG  
Uferstr. 7  
69412 Eberbach  
Alemania  
www.gelita.com

**Redacción:**  
V.i.S.d.P: Stephan Ruhm,  
Marketing y Comunicación  
stephan.ruhm@gelita.com  
Michael Teppner,  
Vicepresidente de Marketing  
y Comunicación  
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

## Así disfruta el mundo del café

Para muchas personas en todo el mundo el café es indispensable: ya sea para funcionar por la mañana, como digestivo después de una comida o sencillamente para disfrutarlo por la tarde. Se sospecha que el origen del café se encuentra en la región Kaffa en Etiopía. Se dice que en el siglo 14 se extendió en el mundo árabe por tratantes de esclavos. La ciudad portuaria de Mokka – actual al-Mukha en Yemen – fue por mucho tiempo el centro del comercio del café. Para que los socios comerciales no pudieran utilizar en otros países los granos para el cultivo, ellos utilizaban el método del vertido de agua caliente sobre los granos para destruir las células germinales, naciendo así el grano Mokka. Se ha demostrado en numerosos estudios que la cafeína estimula la concentración. En este sentido, lo más recomendable es tomar a lo largo del día cuatro sorbos de café. Entretanto los científicos están, incluso, investigando el rol del café para detener la inflamación. Particularmente saludable está considerado el café ginseng – especialmente si ha sido enriquecido con VERISOL® de GELITA, principalmente en Italia y en algunos países de Asia, esta combinación, que incentiva la belleza, se ha vuelto muy popular. Delicioso es también un café con crema y topping – la consistencia perfecta es posible gracias a GELITA® JELLY DIPPING.



### Etiopía, Grecia, Turquía

La preparación del café etíope sigue siendo, probablemente, la misma que en los inicios: En una plancha de hierro se tuestan y se aplastan los granos tostados. Este resultante polvo grueso se pone a cocinar con azúcar en una jarra especial, hasta conseguir la consistencia deseada por el preparador de esta ceremonia, la cual se ve santificada si además se acompaña con la quema de incienso. También en la preparación del café turco o griego se mezcla el polvo de café con el azúcar, se lleva a cocinar por breves momentos y se sirve en pequeñas tazas sin filtrar.



### Escandinavia, Italia, Francia

Quienes mantienen el récord en el consumo de café son los finlandeses: 4.1 tazas bebió cada uno en el 2013 en promedio. Los alemanes beben 2.6 tazas; y todavía con mucha frecuencia café de filtro. En Italia, la casa de Ristretto, caffè latte y el café ginseng – sorprendentemente sólo disfrutan de 1,9 tazas al día. "French Press" es el método en el que en una cafetera de vidrio se coloca el polvo del café, después se echa agua caliente y se espera unos minutos antes de presionar la tapa hasta el fondo, la cual separa el polvo del líquido, pero este método no es más popular en Francia que en otros lugares.



### EE.UU., Vietnam, Brasil

Los estadounidenses disfrutan de su café dulce: Por ejemplo con jarabe de caramelo sobre el copito de nata. En Vietnam – el segundo mayor exportador de café del mundo – el café les endulza el día, literalmente, ya que lo toman muy dulce, con leche condensada dulce y con hielo. Catimor, es la variedad de café de sabor a nuez y chocolate que produce este sabor perfecto. El cafezinho en Brasil es sencillo: café de filtro negro y dulce que proviene de una jarra térmica – nada espectacular para el mayor exportador de café del mundo.



¡Obtenga más información sobre el efecto NOVOTEC® bajo [www.gelita.com](http://www.gelita.com) y descargue los folletos de forma gratuita!

Siganos en Facebook, Twitter, YouTube y LinkedIn.



Usted también puede leer *uptodate* en internet. Todos los artículos de la Revista para los Clientes GELITA son publicados en inglés, alemán, portugués y español. Compruébelo: En [www.gelita-uptodate.com](http://www.gelita-uptodate.com) encontrará usted la edición actual y las anteriores.

GELITA AG  
 Uferstr. 7  
 69412 Eberbach  
 Alemania

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

**GELITA**  
 Improving Quality of Life