

mundo estrella

actualidad ✱ viajes ✱ gastronomía

nuestro
CENTENARIO

un reto para la compañía

un nuevo desafío
DESYMO

CALIDAD
no sólo un gesto

En primera persona
Ignacio Rivera



octubre 2005 · nº 0

UNOS DICEN QUE LOS GALLEGOS
SOMOS MUY TRADICIONALES
OTROS HABLAN DE
LA FUERZA DE NUESTRO
CARACTER MUCHOS
DESCUBREN COMO CUIDARSE
CON EL SABOR DE NUESTROS
PRODUCTOS Y ALGUNOS
SE QUEDAN CON UNA IMAGEN JOVEN
Y DIVERTIDA DE GALICIA
LO QUE ES SEGURO ES QUE
TENEMOS ALGO ESPECIAL



Puede parecer algo presuntuoso el nacimiento de una revista empresarial con un título tan poco modesto como el de considerarse todo un "Mundo"... Incluso podría decirse que este título contradice esa tradicional y silenciosa prudencia, que dicen nos caracteriza a los gallegos. Y no es menos cierto que conviviendo con ese rasgo, en Galicia tenemos el don de la universalidad, tal vez innata o tal vez adquirida por necesidad, que de alguna manera nos une y nos hace reconocibles al margen de los límites físicos de nuestra tierra.



Nuestra orografía heterogénea y peculiar, unida a los diferentes microclimas que nos acompañan, dibujan una Galicia de contrastes en sus tierras y sus gentes, en definitiva, una gran diversidad que hace que Galicia sea un mundo en si misma.

Hijos de Rivera lleva casi 100 años formando parte de esa realidad, desarrollándose con ella, apoyándonos en el Carácter marcado por nuestro Origen, en la Experiencia que refleja nuestra Tradición y en la Proximidad que nos permite nuestro Tamaño.

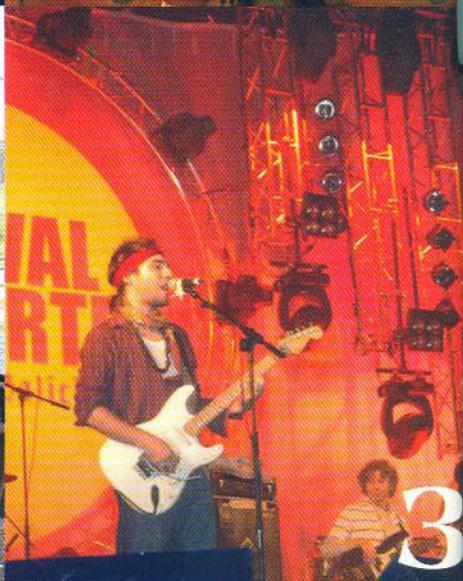
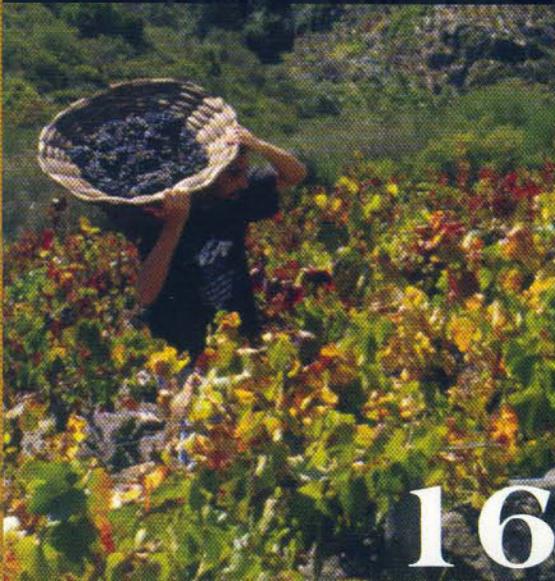
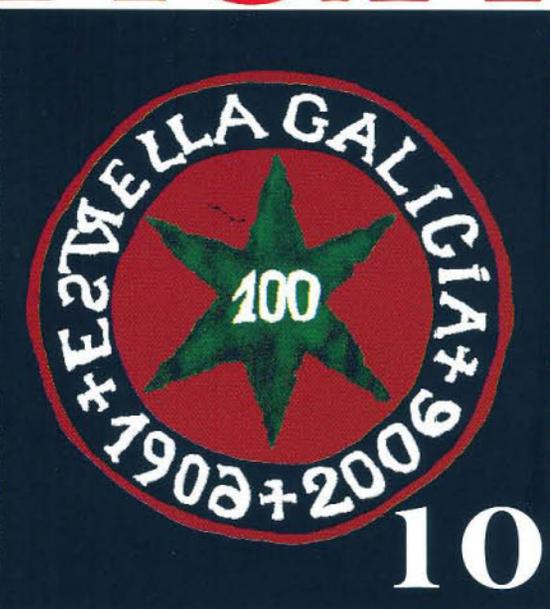
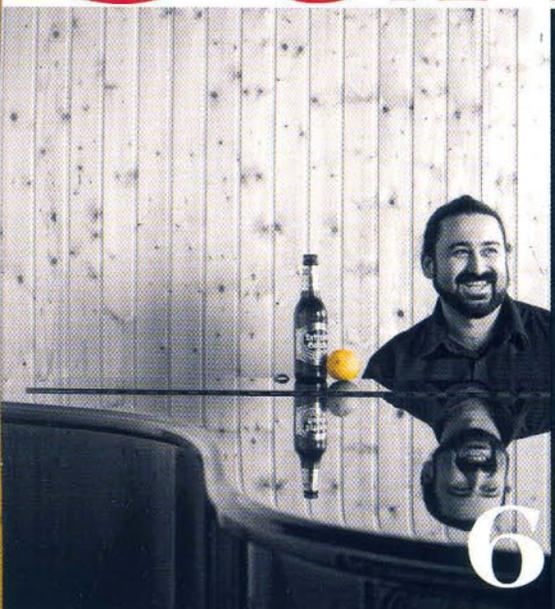
Comenzando la primera generación empresarial con un pequeño negocio cervecero local, nos constituimos hoy día, en nuestra cuarta generación, como una corporación empresarial global, no solo como industria cervecera, sino también con una amplia actividad en sectores como las aguas minerales, el vino, los aguardientes y la sidra, así como una importante implicación en el sector servicios, abarcando desde la distribución y logística, hasta el desarrollo integral de inmuebles para hostelería, pasando por la propia gestión de establecimientos en Horeca.. En definitiva, todo un mundo...que resultaría inexistente sin las personas que hacen posible la transformación de cada producto en un momento de satisfacción.

Será por esa universalidad de nuestra tierra, será por el carácter y personalidad adquirida tras cien años, será por el reto que para todos significa nuestro compromiso empresarial, lo que es seguro es que son vuestra fidelidad e identificación las que hacen posible que pueda existir un mundo estrella.

Para todos vosotros nace esta revista, que más allá del conocimiento de marca, trata de contribuir al conocimiento y la mejora de una empresa y del mundo que la rodea.

JOSÉ MARÍA RIVERA
Director General
HIJOS DE RIVERA S.A.

Sumario





- 6 Noticias
- 9 Industrial
- 10 Centenario
- 12 Estrella por dentro: Desymo
- 13 Bulk Tank
- 14 En primera persona
D. Ignacio Rivera
- 16 Actualidad
- 21 Estrella en el mundo:
La Moraleja
- 22 Estrella Excelente:
Nuevos sistemas de gestión
- 24 Cuestiones básicas de la prevención
de riesgos laborales
- 25 Organización
- 26 Expansión Estrella
- 27 Estrella Responsable
- 29 Personaje Estrella:
Xaime Cabanas
- 30 Eventos
- 32 Son Estrella Galicia
- 35 Gastronomía
- 36 Viajes: México D.F.
- 38 Guiño al pasado: 1906



EDITA: Hijos de Rivera S.A

COORDINA: Departamento de Comunicación Corporativa

DISEÑO Y MAQUETACIÓN: Trébore diseño gráfico

IMPRENTA: Gráficas Rigel

Junta General de Accionistas 2005



El pasado 29 de junio tuvo lugar en las instalaciones del Hotel Husa Center la Junta General de Accionistas de Hijos de Rivera. D. José María Rivera expuso durante el encuentro los hitos más relevantes ocurridos durante el pasado año 2004 y las cifras económicas de dicho ejercicio.

Entre las inversiones más destacadas del pasado año se encuentran la adquisición de nuevos terrenos para la ampliación de la planta y la instalación de un nuevo grupo de envasado de barriles, alcanzando los 30 millones de euros de inversión total. La producción se acercó a los 83 millones de litros de cerveza con una facturación anual de 100 millones de euros, lo que supone un incremento del 11,36% respecto al año anterior.

Durante la Junta, también se hizo un repaso de la actividad de las distintas divisiones del grupo como Cabreiroá, Bodegas Terramaior, Sidrería Galega, Giste y Desymo ●

Nombramiento de Luis Espiñeira al frente de Sidrería Galega

Luis López Espiñeira ha sido nombrado Gerente de Sidrería Galega a raíz de la adquisición del 100% de dicha sociedad por parte de Hijos de Rivera.

Sidrería Galega, ubicada en Chantada (Lugo) elabora diversos productos como la sidra ecológica natural, achampanada y gasificada en diversos formatos bajo la marca Manzanova. También es responsable de la producción de los aguardientes Quenza, a los que se sumará en breve el aguardiente blanca, así como los mostos Zuvit, la sangría y el último lanzamiento de la empresa, el tinto de verano, que se comercializa actualmente en Portugal ●



Luis López Espiñeira,
Gerente de Sidrería Galega

Nueva división de Inmuebles



Equipo de trabajo de Inmuebles

Galicia Navega

En el contexto de la preparación de la Volvo Ocean Race, una de las regatas transoceánicas más importantes del mundo que partirá de Vigo en noviembre, la Dirección Xeral para o Deporte de Galicia se ha propuesto diseñar un programa paralelo de promoción de los deportes náuticos con el fin de convertir a Galicia en referente de este deporte, así como foco de turismo y generación de riqueza.

La Xunta de Galicia ha firmado un acuerdo de colaboración con Hijos de Rivera que materializa el apoyo de nuestra empresa a este proyecto que tiene como objetivo la divulgación de Galicia como destino náutico, teniendo en cuenta que la comunidad cuenta con un entorno privilegiado para la práctica de este deporte ●

Estrella Galicia en el Marketing Strategic Forum

El Hotel Palace de Madrid, fue el escenario perfecto para la celebración de "The Second Annual Marketing Strategy Forum", una de las más importantes citas del sector en España organizada por Daemon Quest. El evento reunió a numerosos profesionales de todos los ámbitos y contó con la presencia de algunas de las más destacadas figuras del mundo empresarial y académico. Directivos de compañías como Iberia, Amena, Mapfre o Bankinter expusieron las últimas tendencias en Marketing así como los casos más exitosos y paradigmáticos en la aplicación práctica de técnicas de Inteligencia de Clientes.

Entre las intervenciones más destacadas estuvo la de Ignacio Rivera que tituló su ponencia "Cómo una empresa puede tener éxito en un mercado de multinacionales". Durante su exposición, explicó a los asistentes que la naturaleza del mercado de cervezas, tan distinto al de los refrescos, ha permitido a la compañía centrarse en una región muy concreta y triunfar a escala local gracias a su elevado conocimiento de los clientes gallegos, sus gustos y sus necesidades. ●



El pasado mes de junio Desymo se constituyó como una sociedad independiente dentro de Hijos de Rivera, dando forma legal a uno de los proyectos más ambiciosos de la compañía. Su objetivo primordial es el desarrollo integral de inmuebles, entendiéndolo como un valor añadido a nuestro producto, para que sea percibido por nuestros clientes como un elemento diferenciador respecto a la competencia.

La nueva empresa tiene al frente a Ignacio Miñán como Consejero Delegado y cuenta con un equipo especializado cuya función engloba un amplio concepto que incluye desde locales comerciales hasta obra civil, ferias, residencial y gestión patrimonial. ●

Lanzamiento de nuevos aguardientes Quenza



Durante este año, hemos lanzado al mercado dos nuevos aguardientes bajo la marca Quenza. Dos sabores que son una seña de identidad de Galicia: el licor de hierbas y el licor café.

A partir de una elaboración artesanal del aguardiente más puro, transparente y equilibrado, en combinación con hierbas y café de la más alta calidad, surgen dos productos que recogen lo mejor de la tradición de nuestra tierra. Tradición vestida acorde con la modernidad que reflejan unos envases exquisitos, una presentación que sorprende y agrada. ●



Firma entre D. José María Rivera y D. Manuel Fraga





Estrella Galicia sigue apostando por la música dentro de su programa Son Estrella Galicia y se implica en uno de los proyectos musicales más ambiciosos del año de la mano de Casa Limón. El objetivo es el lanzamiento de 4 CDs muy especiales que nos remiten a los referentes fundamentales de la música actual a través de la voz de reconocidos artistas.

Casa Limón es el estudio de grabación del compositor Javier Limón, Grammy Latino al productor del año por Lágrimas Negras, que hoy emprende un nuevo camino creando un sello discográfico que expresa las inquietudes creativas de artistas de la talla de Paco de Lucía, Bebo Valdés, Enrique y Estrella Morente, David Broza, Jerry González, Luz Casal, Andrés Calamaro o Carlinhos Brown. Con el apoyo de este elenco privilegiado, Casa Limón y Estrella Galicia inauguran esta colección con un primer disco denominado LIMÓN que salió a la calle el pasado 6 de julio ●



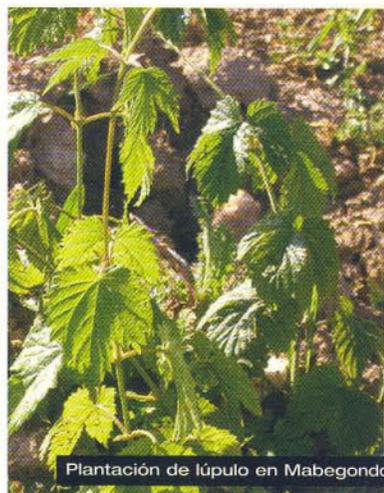
Medalla de Plata a nuestro Ribera Sacra Ponte da Boga

Nuestro vino Ponte da Boga ha ganado la medalla de plata en el Concurso Mundial de Bruselas 2005. Este certamen se celebra desde hace once años y los premios que concede son una referencia a nivel internacional. Está patrocinado por la Oficina Internacional de la Viña y el Vino, la Unión Internacional de Enólogos, la Federación Internacional de Concursos Internacionales de Vinos y la Unión Europea. Los galardones los otorga un jurado del más alto nivel con todas las garantías de profesionalidad e integridad tras considerar una gran representación de vinos de todo el mundo. Los resultados del concurso serán presentados en el Mundial de Vinos 2005 ●



Momento del recorrido por fábrica de D. José María Rivera, D. Jorge Antonio Santiso y D. Jacobo Olalla.

D. Jorge Antonio Santiso Blanco, Director General de Industrias Agroalimentarias y Alimentación acompañado de D. Jacobo Olalla, Director General de Cerveceros de España y de D. Antonio Sandoval, Director Territorial en Galicia se acercaron a la ciudad para visitar nuestra fábrica. Durante la jornada, nuestro Director General guió a los visitantes para mostrarles de primera mano las instalaciones y se celebró un almuerzo en la cervecería de Cuatro Caminos ●



Plantación de lúpulo en Mabegondo

La compañía retoma así un legado histórico del fundador, D. José María Rivera Corral, quien inició en su día este cultivo en Galicia. El objetivo más inmediato es producir la cerveza del Centenario en 2006.

Estrella Galicia ha firmado un convenio de colaboración con la Consellería de Política Agroalimentaria para realizar la plantación de lúpulo en una parcela experimental del Centro de Investigaciones Agrarias de Mabegondo (CIAM), que pone a nuestra disposición tanto el personal técnico como las instalaciones apropiadas para este cultivo.

El proceso se inició el pasado noviembre con el establecimiento de un ciclo completo de producción de lúpulo, la preparación de la parcela y la posterior plantación en febrero de este año. La primera cosecha se espera en septiembre de 2006 ●

Últimas novedades en el Área Industrial

En los últimos meses, el Área Industrial de Hijos de Rivera ha continuado apostando por acometer reformas que repercutan en la mejora de nuestras instalaciones y que respondan a las nuevas necesidades que tiene que afrontar la compañía. Se ha realizado un gran esfuerzo inversor y humano que sin duda contribuirá a que nuestros productos sigan siendo una referencia en el mercado.



Santiago Ojea-Rivera supervisando el funcionamiento del nuevo grupo de barriles

Nuevo grupo de envasado de barriles

A mediados de julio se realizaron satisfactoriamente las pruebas de aceptación del nuevo grupo de envasado de barriles de cerveza en las instalaciones de fábrica. Este grupo aplica tecnología punta al envasado alcanzando un rendimiento en llenado de 510 barriles/hora frente a los 200 barriles/hora del anterior grupo. Además, está preparado para su posible ampliación futura hasta un rendimiento máximo de 800 barriles/hora.

Esta tecnología mejora significativamente la calidad del llenado y la limpieza interna del barril e incorpora nuevos controles para inspecciones de fugas, del tipo de espaldín y del aro del barril, asegurando una mejor calidad del envase. La nueva máquina es rotativa y cuenta con sistemas automáticos de apilado y desapilado de palets, encapsuladora y etiquetado con códigos de barras para trazabilidad ●

Excelente rendimiento del grupo de envasado de latas

El gran trabajo realizado por todo el personal implicado en el grupo de envasado de latas ha dado como resultado un ascenso destacado del rendimiento en los últimos meses alcanzando una velocidad media de casi 34.000 unidades mensuales durante este verano. Este dato supone un incremento de más de un 10% respecto al mismo periodo del pasado año.

Es preciso destacar que este logro se ha alcanzado sin reducir en ningún momento la calidad del producto, que

sigue dentro de los valores establecidos por los exigentes parámetros de calidad de nuestra compañía.

Varios factores pueden señalarse como determinantes a la hora de valorar las razones de este éxito. Han sido clave desde el aumento de la polivalencia en los puestos de trabajo hasta el buen mantenimiento de las máquinas, la formación impartida al personal, la mayor coordinación entre las secciones y la implicación de los trabajadores en la resolución de problemas ●

Creación de una oficina técnica

Durante el año 2005 se está acometiendo la creación de una oficina técnica dedicada exclusivamente a nuevas instalaciones. Esta decisión responde a la necesidad detectada de incorporar recursos humanos específicamente dedicados a la gestión técnica de nuevos proyectos. Como responsables se ha nombrado a José María Massanet (Jefe de Proyectos) y Alejandro Alonso (Ingeniero de

Proyectos), quien se incorporará plenamente a su nuevo desempeño a finales del presente año.

Con ello, la compañía espera conseguir una mayor especialización y eficiencia tanto en el mantenimiento como en el nuevo concepto de equipos de proyecto, algo que es demandado por la creciente complejidad y diversidad de las nuevas instalaciones ●

Ampliación de la bodega de fermentación

En el mes de junio han entrado en funcionamiento dos nuevos tanques de fermentación de una capacidad unitaria de 6.000 Hls. Esto supone un incremento de un 18% en la capacidad instalada, lo que permite a la empresa estar preparada para superar el millón de hectolitros. Los tanques han sido totalmente automatizados con la tecnología más avanzada permitiendo un mejor control de las temperaturas, una minimización de las mermas y, de este modo, un menor impacto ambiental por vertidos ●



NOTICIAS INDUSTRIAL



Cien años



En Estrella Galicia estamos a las puertas de cumplir 100 años, un hito que pocas empresas alcanzan a celebrar y que debe llenarnos de orgullo. Este logro, más allá de suponer un motivo de celebración evidente, tiene que considerarse también como una gran oportunidad para hacer un repaso de las razones que han llevado a la compañía a mantenerse y crecer con éxito a lo largo de un siglo y, de este modo, establecer las bases para seguir mejorando.

La imagen moderna y tecnológicamente avanzada de la compañía debe ir siempre acompañada del apego a la tradición de una empresa familiar que tiene en la proximidad, la credibilidad y la confianza, algunos de sus valores más apreciados. Bajo esta perspectiva, la Dirección de la compañía ha otorgado un valor especial a la celebración de nuestro Centenario y, por ello, desde noviembre de 2003 se constituyó un Comité que iba a diseñar cuáles serían los ejes de actuación y los ámbitos a los que se dirigirían ●

juntos

Sugerencias

Nadie conoce más de cerca la compañía que los propios trabajadores y, por esta razón, a la hora de elaborar el Plan de Director de Actos del Centenario se han tomado en especial consideración las sugerencias emitidas por todos nosotros en los buzones colocados con tal motivo. De hecho, de las acciones previstas, el 75% están recogidas en las sugerencias.

Pero, más allá del resultado final de cada una de las sugerencias, hay que destacar la alta participación de los empleados a la hora de emitir las. Desde enero de 2004 hasta la fecha, se han recogido 233 propuestas, lo que demuestra la gran implicación e interés de los trabajadores en la celebración del Centenario ●

Logotipo del Centenario

El prestigioso artista coruñés Xaime Cabanas fue el encargado de elaborar uno de los símbolos clave de la celebración, un logotipo que identificase a la compañía durante todos los actos del Centenario y que aglutinase los valores clave que se pretenden transmitir.

El resultado de la colaboración con Cabanas fue un logotipo joven y dinámico, que representa perfectamente tanto a nuestra marca como a la comunidad donde ha nacido y se ha desarrollado la empresa, Galicia.



La Estrella verde con modulaciones y curvas representa nuestra orografía



La Estrella y Galicia, cien años juntos



Los textos irregulares y las letras contrapuestas buscan musicalidad



Logotipos definitivos acorde con los colores característicos de la marca.



Equipo de Desymo: Susana Pereira, Ignacio Miñán y Raquel Míguez

“Desarrollo de Inmuebles que nos permitan Crear Momentos”

Desymo surge por la voluntad de Hijos de Rivera de ofrecer un servicio inmobiliario como valor añadido al producto que aporte mayor competitividad a nuestra oferta global. Esta decisión estratégica se ha materializado en la constitución de una nueva sociedad el pasado mes de junio, Desymo.

Esta apuesta de la compañía supone un reto técnico muy significativo y, para poder afrontarlo con solvencia, se ha constituido un equipo liderado por un reconocido experto con una larga y exitosa trayectoria en el mundo de la arquitectura y la construcción, Ignacio Miñán. Tras 20 años revolucionando la forma de concebir los espacios en nuestro país, Ignacio Miñán ha decidido integrarse en la apuesta de Hijos de Rivera como Consejero Delegado de la nueva sociedad. Su experiencia y prestigio profesional, que le han llevado a dar conferencias sobre arquitectura sostenible por todo el mundo, son una garantía de éxito para Desymo.

Un
“traje a
medida”
para cada
cliente

El equipo de personal de Desymo lo completa Susana Pereira como Coordinadora de Obras y Mantenimientos y Raquel Míguez en Administración, así como un amplio elenco de reconocidos diseñadores y arquitectos.

Desymo representa un proyecto de gestión y diseño de inmuebles, de concepción de espacios desde el

principio de la obra hasta la entrega “llave en mano” al propietario del local. Su ámbito de trabajo son locales comerciales propios y de clientes, mantenimiento y evolución de edificios propios, gestión patrimonial de suelo e inmuebles, ferias y residencial.

Ignacio Miñán insiste en que lo fundamental es “crear ilusión en el cliente y ofrecerle soluciones técnicas para conseguir lo que él tenga en mente para su local”. Para ello, desde el principio se ha implantado “un sistema de trabajo por el cual cada proyecto se concibe y diseña a la medida del cliente de forma que él se sienta plenamente identificado con el resultado final”. Su filosofía es que “para vender cerveza, primero hay que tratar de crear sed y nosotros construimos un espacio agradable en el que el cliente se sienta a gusto para el consumo de nuestros productos”.

Desymo es uno de los proyectos más ambiciosos de Hijos de Rivera y sus posibilidades de crecimiento son muy amplias. Su estrategia a medio plazo pasa por asumir, no sólo proyectos relacionados con Hijos de Rivera, sino ofrecer también sus servicios a clientes ajenos al grupo. Eso sí, siempre con el mismo objetivo: “Desarrollo de Inmuebles que nos permitan Crear Momentos” ●



Ignacio Miñán,
Consejero Delegado de Desymo





Bulk Tank

El mejor servicio
para la
mejor cerveza.

Todos conocemos el sistema de tanques que montamos en la actualidad y sabemos que para la cerveza es un sistema teóricamente perfecto: La cerveza sale de la bodega de fábrica para ser transportada en camiones cisterna refrigerados hasta la instalación de tanques del establecimiento, en el que se mantiene la cadena de frío hasta llegar al vaso en que se sirve al consumidor. Esta cadena de frío, junto con la bolsa que mantiene la cerveza aislada del gas con el que la empujamos hasta el vaso, hacen que el producto mantenga sus cualidades inalteradas, en el mismo estado que originalmente tenían en la bodega de fábrica.

Sin embargo, también es sabido que cualquier instalación de cerveza puede tener averías que arruinan todo el esfuerzo realizado. Para solucionar esto, hemos creado el sistema "Bulk Tank", partiendo de una sencilla idea: Si en cada establecimiento mantuviéramos un mecánico constantemente controlando la instalación de cerveza, en el momento en que apareciese una avería, ésta se podría solucionar rápidamente. Pues bien, Bulk Tank es ese conjunto de mecánicos incansables que constantemente vigilan el estado de las instalaciones de los clientes.

Con este fin, monitorizamos una serie de parámetros esenciales en la instalación de tanques de cada establecimiento. En caso de que cualquiera de dichos valores se salga del rango considerado

Solución de problemas a tiempo real

como normal, se generan una serie de alarmas que nos avisan de un mal funcionamiento en una instalación concreta, y que hará notar sus efectos al cabo de un tiempo. Este

intervalo de tiempo desde que detectamos la aparición del problema, hasta que sus consecuencias se hacen evidentes, es el que nos permite desplazar al mecánico más próximo al establecimiento para que efectúe las oportunas reparaciones antes de que el problema se manifieste. Resumiendo: No podemos evitar las averías, pero sí repararlas antes de que aparezcan sus consecuencias.

El sistema permite también controlar el consumo de cerveza de cada tanque, por lo que sabemos cuando un cliente necesita reponer cerveza, en qué tanques y en qué cantidad. Esto nos permitirá efectuar el mejor servicio logístico al cliente final, ya que éste no tiene que preocuparse de pedir cerveza, nosotros le mantendremos siempre su bodega al día ●



Fernando Hernández Rivera

Ignacio Rivera



¿Qué supone para Hijos de Rivera la orientación al cliente?

La orientación al cliente supone una estrategia profunda de Hijos de Rivera y todas las empresas que lo componen. Nuestra compañía tiene muchos tipos de cliente y cada uno de ellos tiene sus propias necesidades. Por un lado están los consumidores, la gente que disfruta de nuestros productos. Por otra parte, están los intermediarios, los establecimientos de hostelería que trabajan nuestros productos, que en Galicia ya son más de 20.000. Y, por último, hay un cliente distribuidor que pertenece tanto al canal de alimentación, supermercados y grandes superficies, como establecimientos detallistas.

La orientación al cliente para nosotros es intentar ser próximo a estos cuatro tipos de cliente para adecuarlos a sus necesidades. Pero no sólo eso, sino que es nuestra vocación y nuestra estrategia de cara al mercado, es parte de la filosofía de la compañía que la diferencia respecto a otras empresas competidoras.

El cliente de Hijos de Rivera es algo más que un sujeto pasivo a quien le enviamos productos sino que es el centro neurálgico de nuestro sentido como compañía y todas las acciones que emprendemos están enfocadas a satisfacer sus necesidades.

¿Qué ha supuesto esta vocación al cliente en los últimos 15 años?

Es indiscutible que en los últimos 15 años la compañía ha tenido que realizar cambios importantes acompañados de fuertes esfuerzos e inversiones.

Existen múltiples ejemplos de este esfuerzo. Respecto al cliente final, se han realizado lanzamientos de nuevas marcas. A principios de los 90 teníamos una sólo marca de cerveza, Estrella Galicia con sus

Cliente, algo

distintas variedades, mientras que ahora contamos con múltiples tipologías que facilitan la identificación y el entendimiento de nuestros productos por parte del cliente. Además, se ha retocado la imagen de nuestros productos con un gran esfuerzo en cambio de envases. Esto se explica por la irrupción de nuevas marcas en el mercado que nos obligan a acercarnos más a las necesidades de los consumidores para no perder fuerza y posición. Todo ello se ha apoyado con campañas de comunicación que todo el mundo conoce. Como por ejemplo el caso del Prestige en el que se cambió a última hora la campaña planificada por otra, Galicia ConVida, que buscaba la proximidad y la identificación con la sensibilidad de los consumidores después de una desgracia en nuestra tierra.

¿Qué cambios implica esta orientación para el resto de clientes?

Respecto al canal Horeca, tenemos en la actualidad un proyecto estratégico: el Proyecto Cliente, en el que tratamos de entender y adaptarnos mejor a sus necesidades caso por caso. Cada cliente Horeca tiene una oferta determinada lo que exige un trato distinto en cuanto a servicio, distribución, tipos de producto, etc. Lo importante es que ellos nos sientan cerca para intentar ser un factor clave de su éxito.

En este sentido, hemos trabajado mucho en centros logísticos para tener una proximidad. Ya contamos

“Del éxito de nuestro cliente depende nuestro éxito”

con siete almacenes propios e inauguraremos el último en Santiago en un corto plazo. Esto hace que tengamos más clientes directos y que los atendamos mejor. Otro ejemplo importante es la creación de empresas con

una vocación de servicio al cliente, como por ejemplo Desymo, en relación a conceptos decorativos y arquitectónicos o Giste, que se ocupa de ayudarles en la gestión exitosa de los propios locales. Desde el punto de vista de una orientación de la tecnología hacia el cliente, el desarrollo de tanques es un éxito con un producto que mantiene inalterables sus propiedades. Ya tenemos cerca de 200 cervecerías de este tipo.

Para ayudar a los distribuidores dentro y fuera de Galicia hemos elaborado la mejor y más variada gama de productos acompañada de un packaging atractivo para

más que una orientación

que puedan competir y realizar una mejor oferta a los detallistas. Esto ha supuesto un esfuerzo inversor en nuevos parques, en gama de formatos así como en diversificación con nuevos productos como agua, sidra, aguardientes, mosto, sangría, vino y también en zumo, donde hemos llegado a un acuerdo con Nutriinvest para tener una oferta aunque no tengamos nuestro propio desarrollo. También estamos pensando en desarrollar actuaciones para ayudarles a tener éxito, optimizando su logística, su comercialización, sus sistemas, todo lo que se pueda mejorar.

¿Cómo ve el futuro del mercado de la hostelería y la alimentación en los próximos años?

En la hostelería el mercado es cada vez más profesional, más especializado, y busca una posición mejor en el producto que se toma en cada momento. Esta tendencia exige que los proveedores de los locales aporten un valor añadido al producto con nuevos servicios.

En alimentación la tendencia depende de cada producto aunque nosotros mantenemos la cercanía con una actitud win-win, así como el desarrollo del packaging y de acciones de trade marketing para que ambos tengamos éxito.

¿Qué papel deben desempeñar sus clientes en su sistema de negocio?

Es obvio que tendríamos que hablar de cada tipo de cliente. Por ejemplo, en el mundo de la hostelería tenemos una ventaja competitiva dada por nuestro tamaño que es la cercanía, la proximidad al cliente. Entendido el cliente no como un mero fin sino como un principio. Si el cliente es el principio estaremos mucho más cerca de él y le atenderemos mejor.

Hemos pasado de un mercado de demanda a un mercado de oferta y eso hace que sea muy importante que nuestros clientes tengan éxito. Yo creo que nuestra filosofía debe enfocarnos a ser parte del éxito de nuestros clientes. Nunca vamos a tener éxito si no lo tienen nuestros clientes. Por eso, en Hijos de Rivera el cliente es más que un socio. Toda la compañía lo entiende así, y esa es la clave de nuestro éxito a lo largo de tantos años. Si no lo entendiese toda la compañía sería imposible ●

Muy personal

EDAD: 40 recién cumplidos.

ESTADO CIVIL: casado con tres hijos.

UNA COMIDA: calamares en su tinta con arroz.

UNA BEBIDA: Estrella Galicia.

AFICIONES: pádel, tenis, amigos y Formentera.

CIUDAD FAVORITA: Lisboa.

SU REFERENTE: mi madre.

UN LIBRO: "Hablando claro" de Jack Welch.

UNA PELÍCULA: "Instinto" de Anthony Hopkins.

UNA CANCIÓN: "A tu lado" de Los Secretos.

UN MOMENTO: el actual.

UN RETO: seguir siendo yo mismo.

NO SOPORTA: la mentira.

UNA DISCULPA: "estaba reunido".



Cabreiroá cambia de imagen a las puertas de su Centenario



A pocos meses de celebrar sus 100 años de existencia, Cabreiroá transforma todos sus envases y lanza la presentación más vanguardista de su segmento. En su apuesta por el diseño más innovador, aplica a sus envases una imagen mucho más moderna y minimalista.

Las botellas de PET presentan un diseño limpio, cómodo de manejar y pensado para que la transparencia del agua sea el auténtico atractivo del producto. Aún más innovadora es su presentación en cristal, con sólo una finísima etiqueta, diseñada para realzar la forma de una botella nunca antes vista en un agua mineral de nuestro país. Esta etiqueta está impresa, además, por su reverso de manera que, a través de la botella, vemos imágenes refrescantes como si flotasen dentro del agua.

Una presentación que supone un soplo de aire fresco para un producto tradicional como el agua mineral natural. Un paso que separa a Cabreiroá de su competencia y que seguro se valorará muy positivamente por parte de los consumidores. Cabreiroá ha demostrado, con esta apuesta por el

diseño que, con sus casi 100 años de vida, está más de moda que nunca.

Inversión de 6 millones de euros

Cabreiroá invirtió 4 millones de euros durante 2004 en la renovación del equipamiento productivo y la mejora de las instalaciones del manantial. En el citado ejercicio alcanzó una producción de 55 millones litros de agua mineral natural y puso en el mercado 75 millones de botellas. La facturación superó los 6,5 millones de euros dando empleo a una plantilla media de 48 trabajadores.

En 2005, Cabreiroá tiene previsto invertir otros 2 millones de euros destinados a la mejora de las líneas de producción. El 20 % de la inversión prevista ha sido destinada a renovar el parque de vidrio. Las previsiones de crecimiento de la facturación para este período son del 15 %.

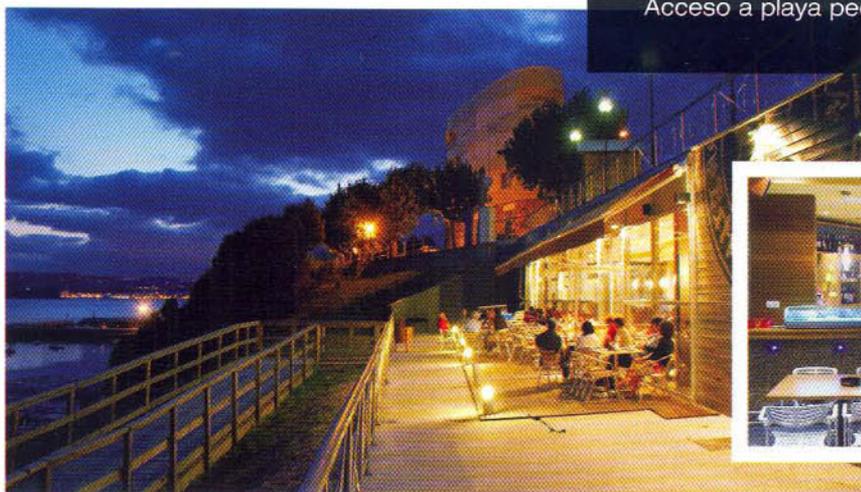
Cabreiroá pertenece a Manantiales de Galicia, grupo participado al 50% por Hijos de Rivera, que comercializa y distribuye en exclusiva el manantial de Cabreiroá y todos sus productos ●

Nuevos Clientes

Inauguraciones con Estrella

Dos nuevas cervecerías asociadas han sido inauguradas recientemente gracias al trabajo de nuestro departamento comercial, en concreto de la Delegación Comercial de Ferrol. La ubicación privilegiada de ambos locales así como la reforma integral de las instalaciones que ha realizado Desymo contribuyen a crear un ambiente ideal para disfrutar del consumo de nuestros productos.

El pasado 10 de junio, abrió sus puertas El Viejo Almacén, situado en el acceso a la playa pequeña de Miño. Además, en Neda se puede disfrutar desde el 17 de junio del ambiente de la Cervecería Barriga Verde ●



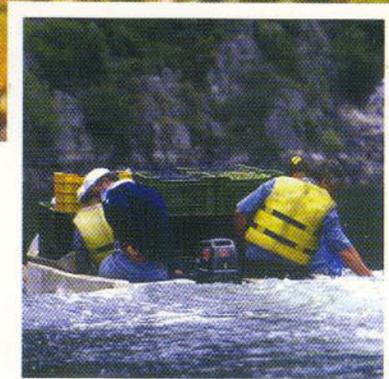
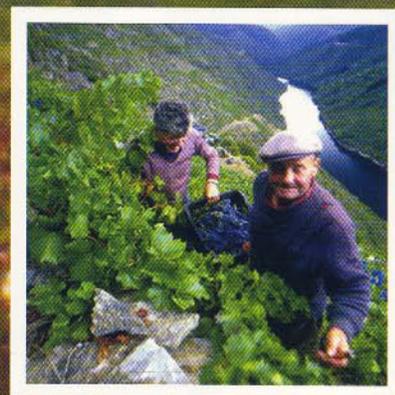
El Viejo Almacén
Acceso a playa pequeña de Miño s/n
Miño (A Coruña)



Cervecería Barriga Verde
Toleira nº 36
Neda (A Coruña)



Llega la vendimia a la Ribeira Sacra



Los vendimiadores superan la dificultad de recolectar la uva en las escarpadas laderas con mucho esfuerzo, equilibrio y métodos alternativos como el transporte fluvial.

En esta época del año, las vides que cubren el paisaje de la Ribeira Sacra se encuentran en pleno esplendor. Septiembre es sinónimo de vendimia para los viticultores y sus espaldas, así como las de muchos jornaleros de la zona, se preparan para recoger la uva y portarla por las escarpadas laderas que rodean los cañones del río Sil.

Visto desde fuera, esta peregrinación anual de hombres y mujeres cargando con pesados cestos llenos de uva adquiere un sentido casi religioso por lo sacrificado de su labor y por su fe en que el resultado de su esfuerzo merece la pena. En esta tierra, la vendimia combina lo arduo del trabajo con dificultades añadidas impuestas por el entorno que exigen recursos cercanos a la práctica de deportes de riesgo. Es habitual ver a trabajadores sujetos con arneses para poder alcanzar algunas cepas así como múltiples botes que surcan el río como única forma de acceder a sus viñedos. Por ello, se conoce a la elaboración de vino en estas condiciones como "viticultura heroica".

Es imposible valorar apropiadamente los vinos de la Denominación de Origen Ribeira Sacra si no se conoce de cerca el entorno del que proceden y las características especiales que exige su producción.

Dice la historia que los emperadores romanos fueron los primeros en apreciar el vino de esta zona y puede ser cierto porque se dice que las impresionantes terrazas de piedra que jalonan las riberas del río las construyeron ellos. Área de minifundio, las bodegas han sido históricamente familiares y los bodegueros han necesitado de un largo proceso para constituirse como denominación de origen y apostar por la tecnología y el conocimiento de los expertos en enología.

En la actualidad, el fruto de este esfuerzo continuado a lo largo de los siglos ha conseguido un amplio reconocimiento dentro y fuera de nuestro país y el vino de la Denominación de Origen Ribeira Sacra es considerado uno de los caldos de mayor calidad en el mercado internacional, múltiples premios y distinciones así lo avalan ●



Las instalaciones ocupan un espacio de 20 campos de fútbol en los que se sitúan grandes carpas y atracciones, y donde se puede disfrutar de desfiles de carrozas y trajes típicos.

Oktoberfest

La mayor
fiesta de la cerveza
del mundo

El mayor festival de la cerveza del mundo abrió sus puertas en la ciudad alemana de Munich el 17 de septiembre y hasta el 3 de octubre una multitud de aficionados a esta bebida disfrutarán noche y día de una fiesta que gana adeptos año tras año. Como es obligado, el alcalde de la ciudad dio el pistoletazo de salida al Oktoberfest con la tradicional apertura del primer barril de cerveza.

En esta edición, se esperaban más de seis millones de visitantes que probablemente bebieron alrededor de cinco millones de litros de cerveza, acompañada por cerca de medio millón de salchichas alemanas. Todo ello se desarrolló dentro de las enormes carpas que gestionan las cervecerías de la ciudad y en las que hay que luchar por un buen lugar para disfrutar tanto de la cerveza como de actuaciones musicales y espectáculos.

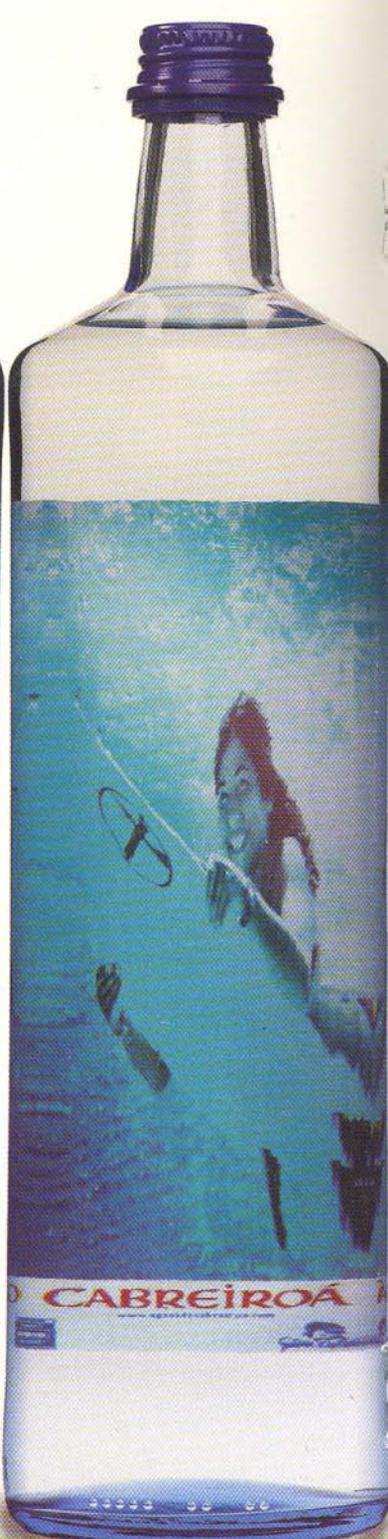
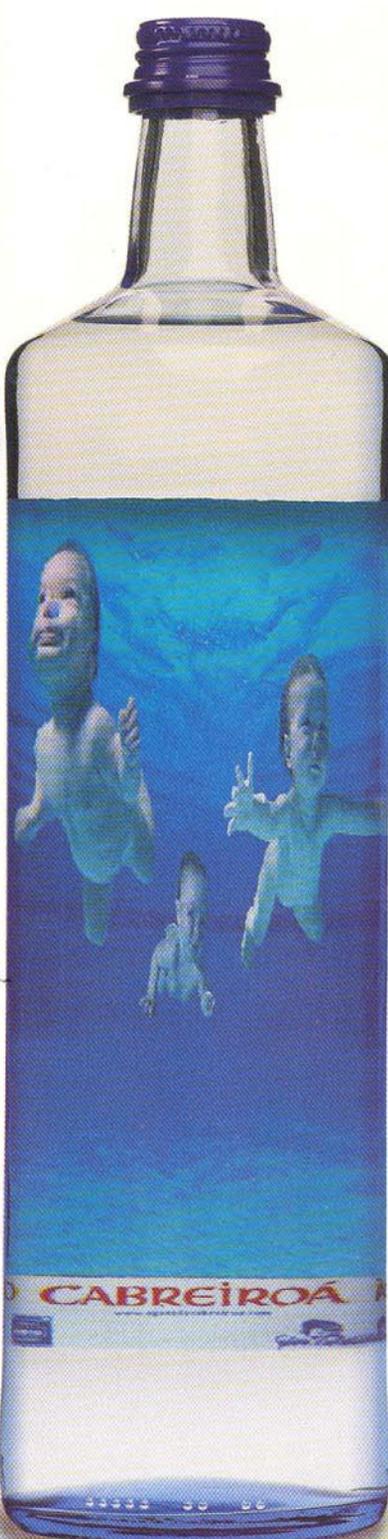
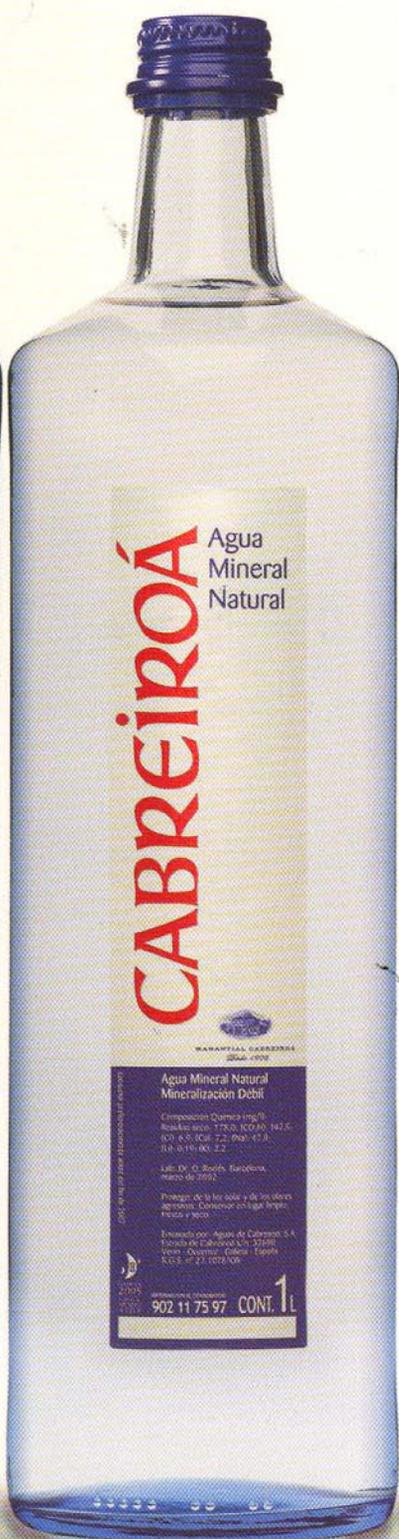
Pero no todo se reduce a beber cerveza en el Oktoberfest sino que hay quien encuentra tiempo para otras actividades. Dentro de los actos programados está el desfile de cervecedores, de trajes regionales y tiradores y un concierto de todas las

bandas que amenizan las cervecerías. Además, en los alrededores de las carpas se situaron múltiples atracciones, de modo que las instalaciones del festival llegan a ocupar una superficie de aproximadamente 20 campos de fútbol.

Esta fiesta tiene su origen en las celebraciones de la boda entre el futuro rey de Baviera, Ludwig I, y la princesa Theresa de Sajonia en octubre del año 1810. Debido al éxito de la fiesta, los habitantes de la ciudad empezaron a celebrar todos los años algo similar. En la actualidad, el festival se ha desplazado a septiembre tratando de garantizar unas mejores condiciones climáticas.

Sin duda, este festival ha alcanzado unas dimensiones difícilmente imaginables en sus orígenes y en la actualidad tiene una influencia económica decisiva tanto en la ciudad y como en toda la región. Los visitantes dejan aproximadamente 955 millones de euros durante los 16 días que dura el festival que, además, da empleo a casi 12.000 personas





PATROCINADOR DE:
GALICIA NAVEGA
VUELTA AL MUNDO A VELA 2005-2006

CABREIROÁ 100% esencia de Galicia
Declarada minero medicinal en 1906

ESTRELLA DE GALICIA

ESTRELLA DE GALICIA

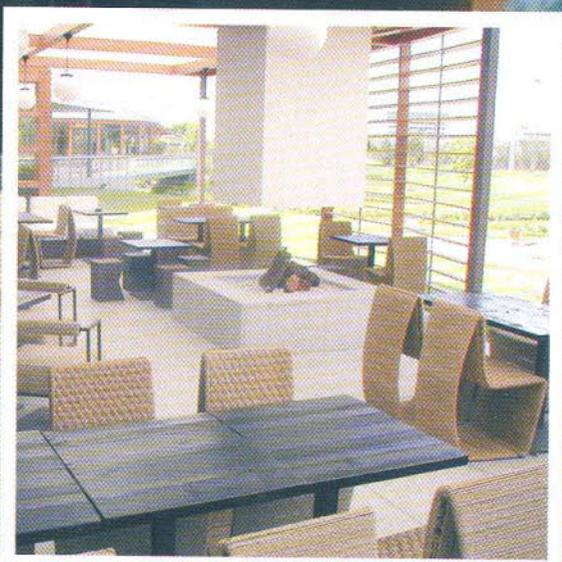


GISTE CERVECERA S.L.

CERVECEPOS 7 SDE



Vista de la terraza



Cervecería La Estrella de Galicia en Madrid

El Centro Comercial de La Moraleja cuenta con un innovador concepto de cervecería de la mano de Giste Madrid. Se trata de un local de estilo vanguardista en el que se puede disfrutar de una variada oferta gastronómica que se fundamenta en la cocina típica gallega llevada al consumidor de una forma original y con la garantía de calidad de nuestra materia prima.

El local, inaugurado en mayo de 2002, se ha convertido en un punto de referencia para la expansión de nuestra empresa y el lanzamien-

to de nuestra marca en Madrid. A través de sus instalaciones se transmite una imagen de Galicia moderna y emprendedora, sin alejarse de sus orígenes impregnados de naturaleza y tradición. Se ha creado un ambiente dirigido a un público plural y cosmopolita que exige el mejor servicio y, como no, la mejor cerveza, Estrella Galicia ●



Manuel Rodríguez Gerente de Giste

Fachada del local

ESTRELLA EN EL MUNDO



Hijos de Rivera aplica nuevos sistemas de gestión para la mejora continua

En un entorno como el actual, tan marcadamente competitivo, y sujeto a constantes cambios, resulta imprescindible que las empresas aborden nuevas políticas y estrategias que permitan la mejora continua de sus procesos y que posibiliten su adaptación a las necesidades del mercado, con vistas a garantizar su éxito a largo plazo.

Por ello, a principios de 2005, Hijos de Rivera comenzó a desarrollar un pro-

yecto estratégico de gestión de la calidad, medio ambiente y seguridad alimentaria. Este proyecto permitirá disponer de una sistemática de trabajo que se convertirá en una herramienta dinámica con el objetivo de garantizar el cumplimiento de los requisitos legales, la satisfacción del cliente y la seguridad alimentaria a lo largo de toda la cadena de producción y distribución hasta el punto de consumo, a la vez que minimiza los impactos negativos sobre el medio ambiente ●

Estrella Excelente



Factores clave para el éxito del sistema

Como consecuencia de esta estrategia, se constituyó el Comité de Calidad, a través del cual se realiza la toma de decisiones y se ratifica el compromiso de la Dirección con la implantación del sistema.

Factores como el trabajo en equipo de las distintas áreas y departamentos o la implicación desde el primer día del personal de la organización se consideraron clave para el éxito en la definición e implantación del sistema.

Con objeto de facilitar la aplicación de esta estrategia se ha decidido tomar como referencia los requisitos establecidos por las normas:

- UNE-EN ISO 9001:2000 "Sistemas de gestión de la calidad. Requisitos".
- Norma ISO/FDIS 22000 "Sistemas de gestión de seguridad alimentaria. Requisitos".
- UNE-EN ISO 14001:2004 "Sistemas de gestión medioambiental. Requisitos con orientación para su uso".
- Reglamento EMAS 761/2001 "Sistema comunitario de ecogestión y ecoauditoria"

Cumpliendo con las directrices marcadas por estas normas, el sistema de gestión de Hijos de Rivera se visiona como un ciclo continuo de planificación, acción, revisión y mejora de las actuaciones llevadas a cabo por la organización en la fabricación de sus productos y la prestación de servicios.

Participar activamente en el desarrollo del sistema de calidad, medio ambiente y seguridad alimentaria de Hijos de Rivera, ayudará a caminar hacia la mejora continua, construyendo una organización sostenible ●

Beneficios del sistema

Un sistema de gestión de la calidad, medio ambiente y seguridad alimentaria como el que está en proceso de desarrollo e implantación, da fuerza a la organización al:

- Mejorar la gestión interna a través de una comunicación fluida de la información, ofreciendo transparencia en la gestión y aumentando la efectividad y eficiencia de los procesos.
- Eliminar errores.
- Aumentar la satisfacción del cliente y la relación con los proveedores.
- Asegurar la capacitación y formación en el puesto de trabajo.
- Mejorar la motivación de todos los miembros de la organización.
- Incrementar el prestigio y la competitividad frente a los consumidores de nuestros productos.
- Aumentar el valor de la empresa, mejorando su imagen.



Susana Rodríguez, Responsable de Calidad, Medio Ambiente y Seguridad Alimentaria.

LA CALIDAD

ES TRABAJO DE TODOS



Ocho cuestiones básicas de la prevención de riesgos laborales

1. ¿Qué es la Prevención de Riesgos Laborales?

Es el conjunto de actividades o medidas dirigidas a evitar o disminuir la posibilidad de que el trabajador sufra daños a la salud derivados de su trabajo, tales como accidentes, enfermedades de trabajo o profesionales.

2. ¿A quien afecta?

Afecta a todas las empresas, independientemente de la actividad que desarrollen o el sector al que pertenezcan.

3. ¿Cómo se organiza en las empresas?

La ley establece que el empresario ha de organizar la Prevención en su compañía optando por alguna de las siguientes modalidades: asumiéndola el propio empresario (en empresas de menos de 6 trabajadores, no pertenecientes a sectores de riesgo), mediante la designación de trabajadores, concertándola con un Servicio de Prevención Ajeno o creando un Servicio de Prevención Propio.

4. ¿Cuál es la más adecuada?

No existe una opción más válida que las demás, sino que la elegida debe ajustarse a las necesidades y la organización de la empresa. Lo importante es que, una vez que se opte por cualquiera de ellas, se implique a todos los miembros de la empresa.

5. ¿Cómo se organiza en Hijos de Rivera?

Hijos de Rivera cuenta con un Servicio de Prevención Ajeno, además de dos trabajadores designados, un Técnico de Seguridad y Salud Laboral y la representación de todo personal a través de los Delegados de Prevención y el Comité de Seguridad y Salud. Esta modalidad combinada busca la implicación de personal propio y la representación de los trabajadores en la

prevención, así como el apoyo técnico y los medios del Servicio de Prevención Ajeno.

6. ¿Qué está haciendo Hijos de Rivera?

A lo largo de este año, continuamos trabajando hacia la mejora constante de todos los aspectos de la Prevención de Riesgos Laborales y las obligaciones que se derivan de sus Leyes y Reglamentos. Por ello, se está incidiendo especialmente en una nueva revisión de la Evaluación de Riesgos, así como en la mejora de los medios y de las medidas de actuación en caso de emergencia y la coordinación de actividades empresariales.

7. ¿Con todo esto se evitan accidentes y enfermedades derivadas del trabajo?

La tendencia a nivel estatal indica un descenso generalizado del número de accidentes laborales. Hijos de Rivera sigue esta tendencia, disminuyendo el índice de incidencia de la empresa de forma constante (37,16 en 2004) y situándose muy por debajo de la media del sector (107,9 en 2004). Este dato explica que el absentismo laboral total en nuestra empresa se sitúe en un 2,66% y el asociado a accidentes de trabajo en 0,78% en el año 2004, cifras muy inferiores en comparación con la media nacional.

8. ¿Cuál es la clave?

La clave sigue siendo la integración de la prevención en toda a organización y el fomento de una cultura preventiva. Todo el personal debe seguir la premisa de que ninguna actividad ha de anteponerse a la seguridad; actuando siempre de forma proactiva, antes de que ocurra el daño y no después. Para conseguir todo ello, es indispensable, al igual que el establecimiento de medios técnicos, la colaboración de todos, la comunicación y la mentalización, así como la formación y la información a todos los niveles de organización ●

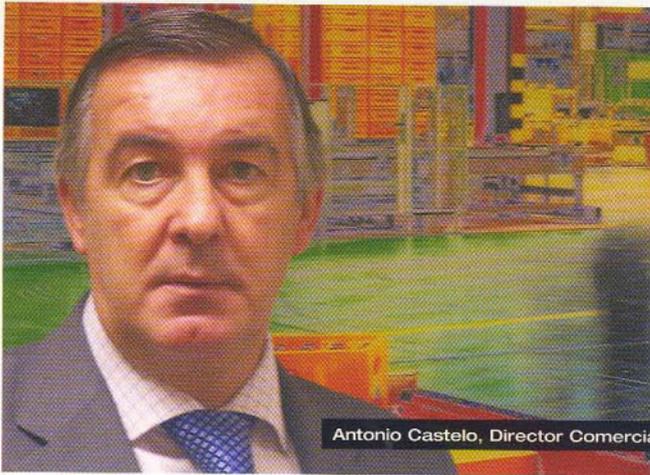


El valor de un grupo

La ampliación del portfolio de productos, de las zonas y canales de venta, así como de servicios, ha dado lugar a la aparición de nuevas empresas y de nuevos departamentos. En definitiva, ha exigido la creación de una organización más compleja, capaz de dar respuesta de manera cohesionada tanto a los requerimientos internos como, sobre todo, a las necesidades del mercado y de los clientes.

Este proceso de expansión llevado a cabo en los últimos cinco años no sería posible sin los trabajadores y colaboradores que, desde cada una de las empresas y unidades, se vuelcan diariamente en la búsqueda de la excelencia, la innovación y la mejora continua en el servicio al cliente. Un colectivo de profesionales que, al contrario que en el sector, crece notablemente cada año y que, a día de hoy, lo componen cerca de 1.000 personas, entre empleados directos y empresas colaboradoras ●





Antonio Castelo, Director Comercial

Exportando la calidad gallega a nuevos mercados

La Dirección Comercial de Hijos de Rivera tiene como objetivo realizar la mejor oferta a los clientes, algo que abarca un amplio abanico de servicios que va más allá de nuestra completa gama de productos.

Dentro de Galicia, el objetivo es seguir manteniendo una posición de liderazgo con nuestros productos y, fuera de nuestra comunidad, sus esfuerzos van dirigidos a alcanzar un posicionamiento en nuevos mercados, apoyado en una imagen de marca sólida, que traslada los valores de calidad de Galicia allá donde va.

En los últimos meses, son varias las actuaciones que han sustentado los objetivos de la compañía. Por un lado, se han inaugurado dos nuevas delegaciones comerciales: la Delegación de Cataluña, con sede en Barcelona, y la Delegación Norte, que aglutina al País Vasco, Cantabria y La Rioja y que tiene su sede en Bilbao. Ambas delegaciones culminan el reto de dar servicio con nuestros productos a toda la mitad norte de España.

Además, la Delegación de las Islas se ha reforzado mediante un acuerdo con un distribuidor de Palma de Mallorca. Los resultados comerciales en las islas españolas están siendo muy positivos, fruto del excelente trabajo realizado para adaptarse a estos mercados, que cuentan con unas características especiales derivadas del turismo.

Por otra parte, la Delegación de Portugal ha llegado a un acuerdo con 10 distribuidores locales, de forma que alcanza a cubrir con nuestros productos todo el territorio nacional. Esta estrategia se ha visto recompensada con un incremento sustancial de las ventas en el país vecino y las expectativas menos ambiciosas señalan que este año se triplicarán las cifras del pasado ejercicio.

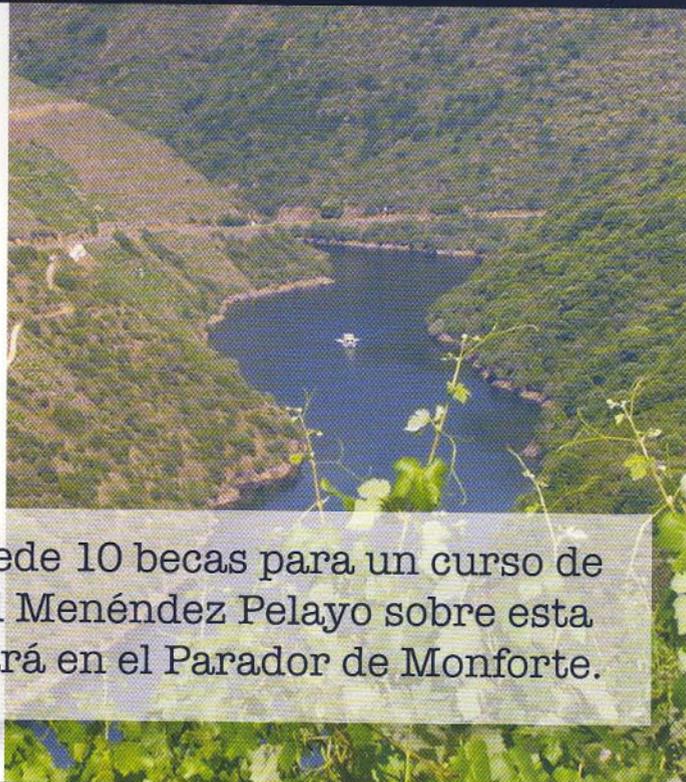
Sin duda, en breve celebraremos los éxitos alcanzados a raíz de estas importantes apuestas de la compañía por abrir nuevos mercados ●



Nueva Delegación Comercial de Cataluña



Bodegas Terramaior apoya el desarrollo sostenible en el ámbito rural



Bodegas Terramaior concede 10 becas para un curso de verano de la Universidad Menéndez Pelayo sobre esta materia que se celebrará en el Parador de Monforte.

Expertos en medio ambiente, desarrollo rural y conservación del patrimonio de diversas universidades se dieron cita entre los días 26 y 28 de septiembre en el Parador de Monforte para impartir un curso de verano impulsado por la Irmandade da Ribeira Sacra con el objetivo de formular propuestas prácticas para un desarrollo equilibrado y viable del medio rural gallego.

Tanto Ponte da Boga como Sidrería Galega, en línea con su filosofía de respeto al entorno medioambiental del que proceden sus productos, han querido apoyar esta iniciativa a través de la concesión de cinco becas cada uno. La idea es que este curso que inicia este año su andadura tenga una continuidad en los próximos veranos, lo que redundará en beneficio de todo el entorno de la Ribeira Sacra ●

“Non sexas dummie, controla o que bebes”

Estrella Galicia patrocina este proyecto que ha recorrido más de 50 ciudades de toda la comunidad con el objetivo de concienciar a los jóvenes del peligro de mezclar alcohol y conducción.

El “Proyecto Dummie” consiste en la información sobre seguridad vial a los jóvenes gallegos por parte de voluntarios de su misma edad con el mensaje de no conducir bajo los efectos del alcohol. Esta información se les proporciona en los alrededores de sus lugares de ocio de fin de semana donde se sitúan carpas en las que se evalúan sus conocimientos, se proyectan videos al respecto y se les ofrece la posibilidad de realizar un test de alcoholemia. El objetivo es incidir favorablemente sobre la juventud transmitiéndoles hábitos responsables de consumo de alcohol que, en última instancia, reduzcan el número de accidentes de tráfico.

Hijos de Rivera ha firmado un acuerdo de colaboración con la Consellería de Familia, Xuventude,

Deporte e Voluntariado para patrocinar el “Proyecto Dummie” y transmitir un mensaje muy claro y conciso “Si Bebes no Conduzcas”.

Este lema va bordado debajo de nuestro logotipo e impreso en la parte trasera de las 40.000 camisetas que se repartieron a los jóvenes ●



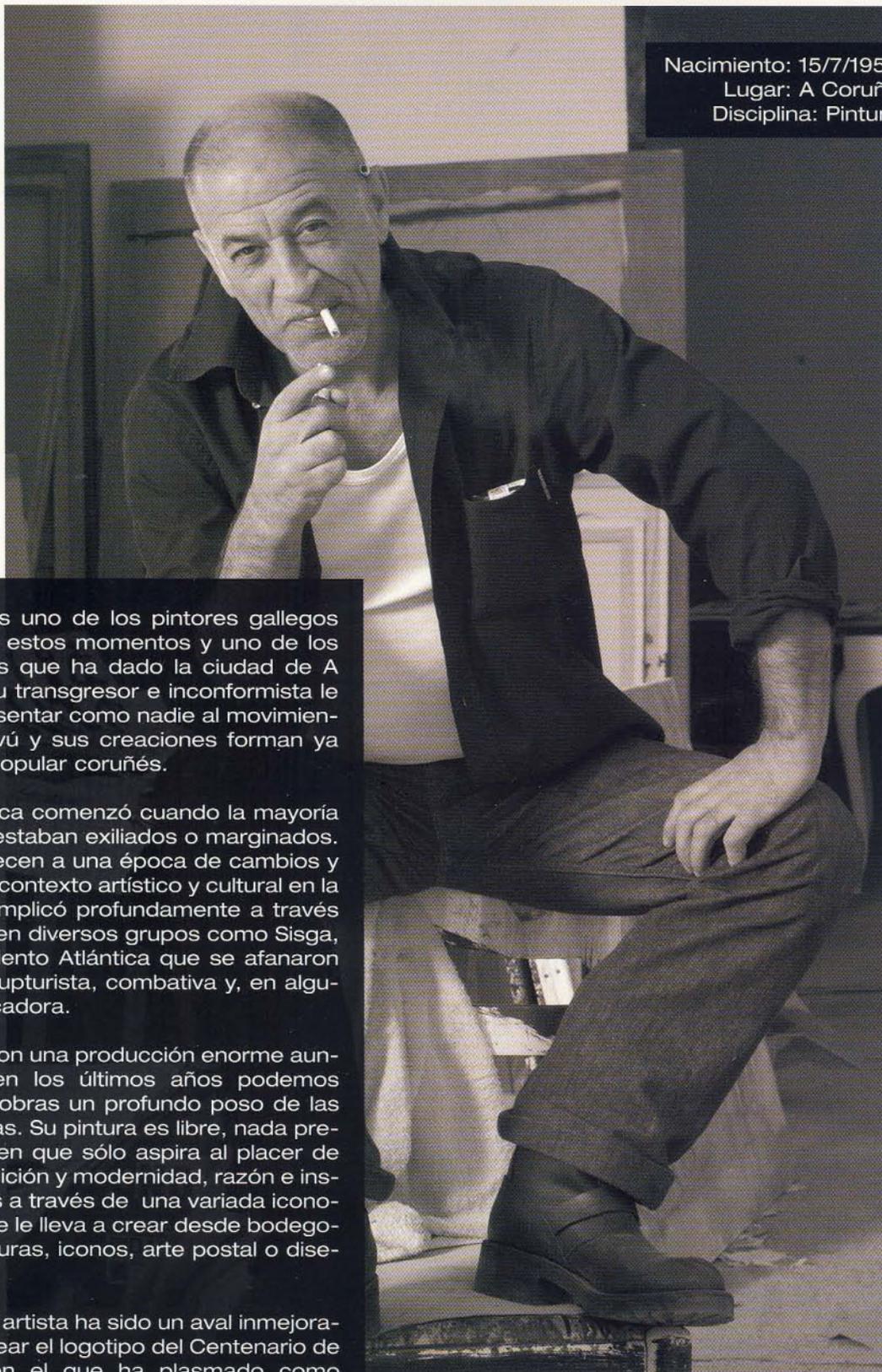
tú
sí
que
tienes
estrella

Nuestra revista Mundo Estrella es fruto del trabajo y la implicación de muchos empleados, clientes y colaboradores de Hijos de Rivera y sabemos que la única forma de que tenga éxito es con tu apoyo. Por eso te pedimos que nos envíes cartas, opiniones o artículos que te gustaría que se publicasen, así como todos aquellos comentarios que quieras para que la revista sea cada día mejor.

comunicacion@estrellagalicia.com
Tel: 981 901 906 Ext: 5254

Anímate
a
participar

Xaime Cabanas



Nacimiento: 15/7/1953
Lugar: A Coruña
Disciplina: Pintura

Xaime Cabanas es uno de los pintores gallegos más cotizados en estos momentos y uno de los mejores creadores que ha dado la ciudad de A Coruña. Su espíritu transgresor e inconformista le ha llevado a representar como nadie al movimiento atlántico y Bravú y sus creaciones forman ya parte del acervo popular coruñés.

Su actividad artística comenzó cuando la mayoría de los creadores estaban exiliados o marginados. Sus inicios pertenecen a una época de cambios y de renovación del contexto artístico y cultural en la que Cabanas se implicó profundamente a través de su integración en diversos grupos como Sisga, Galga o el movimiento Atlántica que se afanaron en una dinámica rupturista, combativa y, en algunos casos, provocadora.

Cabanas cuenta con una producción enorme aunque dispersa y en los últimos años podemos encontrar en sus obras un profundo poso de las experiencias vividas. Su pintura es libre, nada pretenciosa, de alguien que sólo aspira al placer de pintar. Mezcla tradición y modernidad, razón e instinto, orden y caos a través de una variada iconografía personal que le lleva a crear desde bodegones a paisajes, figuras, iconos, arte postal o diseño publicitario.

Su prestigio como artista ha sido un aval inmejorable a la hora de crear el logotipo del Centenario de Estrella Galicia, en el que ha plasmado como nadie los principales valores de la compañía y de nuestra comunidad ●



PERSONAJE ESTRELLA

Circuito de Golf Estrella Galicia

Diez prestigiosos clubes de golf del norte de España han servido de escenario para la celebración de la décima edición del Circuito de Golf Estrella Galicia. Este trofeo alcanza en cada ocasión records de asistencia debido a la variedad de los premios y el gran atractivo de los campos.

El calendario oficial del circuito se inició el pasado 30 de abril en Santiago y recorrió clubes de las cuatro provincias gallegas así como León y Valladolid. En cada prueba se clasificaron ocho jugadores para la final que se disputará el próximo 15 de octubre en el Club de Golf La Zapateira de A Coruña ●



La película de 1906 recorrió toda Galicia



A lo largo de los meses de mayo y junio, la comitiva que aparece en el anuncio de televisión de 1906 recorrió cientos de kilómetros atravesando prácticamente todas las carreteras de Galicia y visitando la mayoría de las localidades. Su objetivo: dejar a buen recaudo un valioso tesoro, su Reserva Especial.

La comitiva estaba formada por un Hummer negro escoltado por motoristas que recorrió las calles de diversas ciudades gallegas visitando más de 580 establecimientos. El momento estelar de este trayecto se desarrolló el 26 de junio en A Coruña cuando entró en la Plaza de María Pita ante la expectación del numeroso público presente ●

II Torneo de Tenis Cabreiroá



Un año más, Cabreiroá y el Club de Tenis de La Coruña se unieron para crear el campeonato de tenis más divertido del circuito.

Una cita singular que se celebró del 22 al 27 de agosto en la que participaron 35 niños y jóvenes de 8 a 18 años en diferentes categorías ●

Ferias con Estrella

Estrella Galicia ha estado presente en las Ferias más importantes que se han celebrado en los últimos meses. Nuestra compañía ha participado en multitud de encuentros nacionales como por ejemplo el Salón de Vinos y Aguardientes celebrado en A Coruña o la XXVIII Feria Internacional Semana Verde de Galicia en Silleda, así como en salones internacionales de prestigio como Alimentaria y Antad en México, Prowein y Anuga en Alemania o London Wine en Londres. La valoración de nuestra presencia en todos ellos ha sido muy positiva ya que ha contribuido a mejorar el conocimiento de nuestros productos dentro del sector y cara al público en general ●



EVENTOS



Hijos de Rivera s.a

septiembre 2005

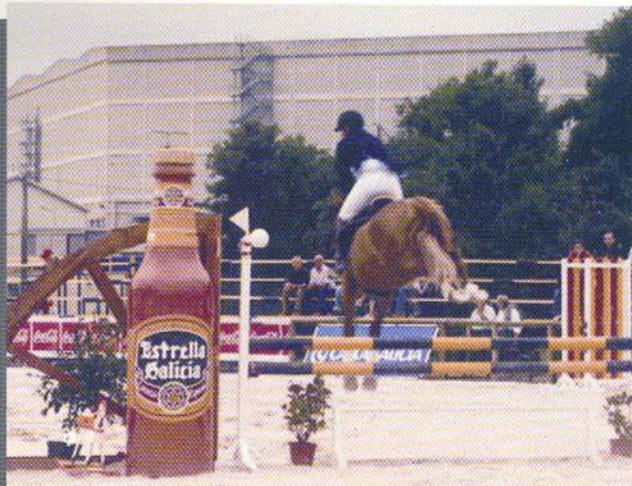


Esta iniciativa, que se celebró en el Forum de las Culturas de Barcelona a finales de junio, reunió durante tres días a más de 250.000 personas vinculadas de algún modo con Galicia a través de actividades de carácter festivo, cultural y empresarial.

La organización logró aglutinar en torno a este proyecto a empresas gallegas de renombre como Estrella Galicia que compartieron con los asistentes sus productos, así como sus costumbres y carácter. En definitiva, el auténtico sabor de Galicia ●

Trofeo Estrella Galicia de hípica

El pasado 24 de julio tuvo lugar el Concurso Hípico Presidente de la Xunta organizado por la Sociedad Deportiva Hípica en el recinto de Ponte dos Brozos de Arteixo. Hugo Aramis, a lomos de Janicotte du hamel se impuso sin dificultad en el Trofeo Estrella Galicia ●



I Campeonato Snowbeach

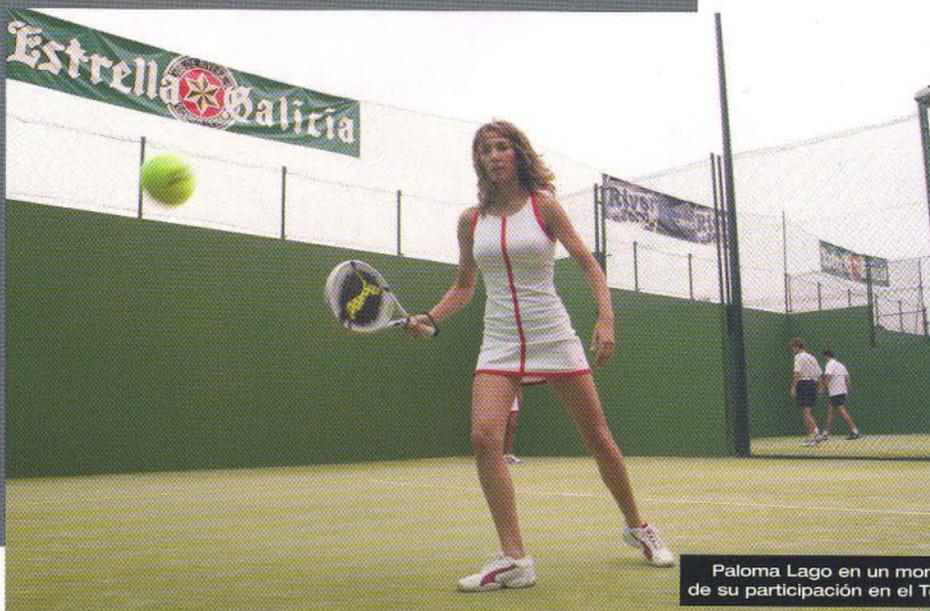


El 13 de agosto en Playa América (Nigrán) se celebró un espectáculo de deporte extremo fuera de su entorno natural. La combinación de nieve y playa atrajo a multitud de personas que disfrutaron del espectáculo así como de la música y de las actividades paralelas. Dieciseis atletas mostraron su habilidad sobre las tablas en una exhibición pionera en España en la que no podía faltar Estrella Galicia ●

Padel Tour Estrella Galicia

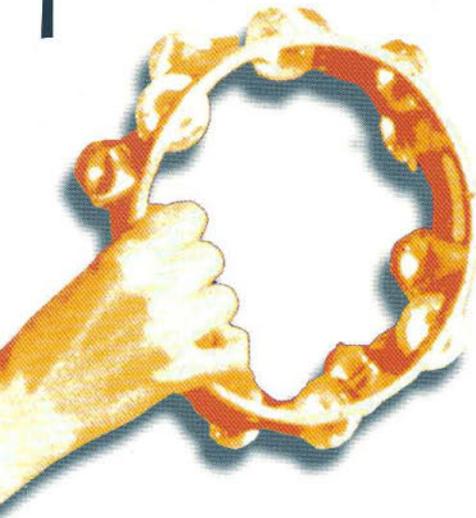
El Club de Tenis de A Coruña acogió del 27 de junio al 3 de junio el Padel Tour Estrella Galicia. El torneo desbordó todas las expectativas de participación y contó con 328 jugadores, superando con creces a todos los torneos anteriores de esta modalidad que se han celebrado en la ciudad.

Borja Yribarren e Ignacio Otero, que partían como favoritos, se hicieron con la victoria en la categoría masculina mientras que Paz Alonso e Isabel Domínguez se proclamaron campeonas en la femenina. Destacó la presencia durante todo el torneo de la modelo ferrolana Paloma Lago que alcanzó la final femenina B ●

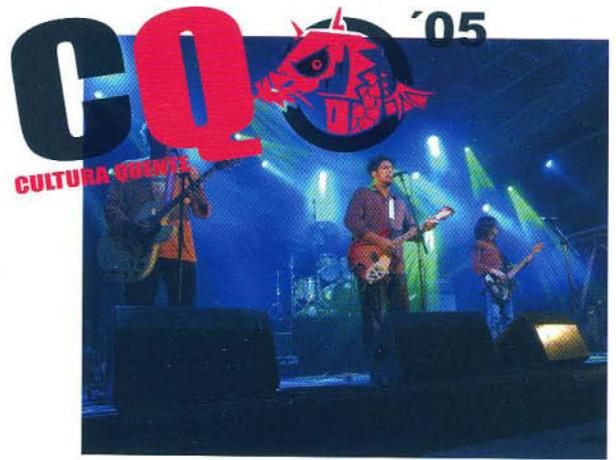


Paloma Lago en un momento de su participación en el Torneo

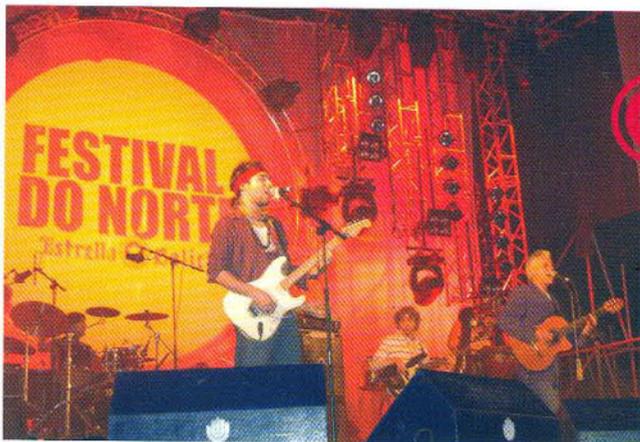
PARDIÑAS 2005



Entre el 6 y el 7 de agosto, la villa lucense de Guitiriz acogió la XXVI edición del Festival de Pardiñas que combina la música folk de calidad con un espacio para el arte. Estrella Galicia ha apoyado este proyecto que cuenta con una larga trayectoria y una gran capacidad de convocatoria en vista de los casi 30.000 asistentes a esta última edición, que pudieron disfrutar de la actuación de grupos como Os Diplomáticos o Alann Bique.



Caldas de Reis acogió entre el 1 y el 17 de julio el Festival Cultura Quente, que está llamado a situarse como una cita de referencia dentro del panorama nacional. En esta ocasión, el Escenario Estrella Galicia contó con artistas como The Gift, La Mala Rodríguez, Deluxe o El Bicho, dentro de un programa muy variado de actividades que incluyó un curso de verano sobre olimpismo, la Feria do Viño, exposiciones, deportes alternativos e iniciativas solidarias.



IV FESTIVAL DO NORTE

Vilagarcía de Arousa fue el escenario en los días 13, 14 y 15 de mayo para la cuarta edición del Festival do Norte que contó con un alto nivel de actuaciones musicales. Estrella Galicia fue el patrocinador principal del evento y por su escenario pasaron artistas como Amparanoia, Kiko Veneno, Bunbury, Fundación Tony Manero, Sidonie, Orishas y Perezza, entre otros.

festival Ortigueira



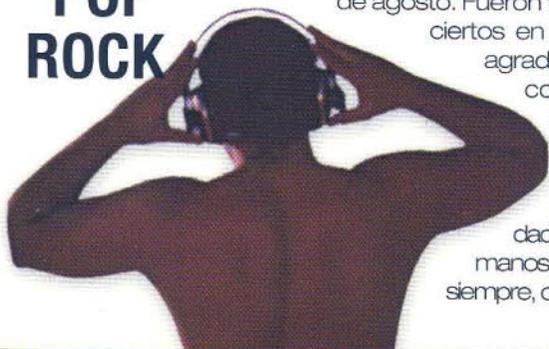
Más de 100.000 personas se dieron cita entre el 7 y el 10 de julio para asistir a la cita folk por excelencia del verano. En su XXI edición, el Festival del Mundo Celta presentó "la programación más ecléctica y arriesgada de los últimos años" y por el Escenario Estrella Galicia desfilaron artistas de la talla de Luar na Lubre, Terrafolk, Radio Tarifa o Mercan Dede. En esta ocasión, Ortigueira tenía mucho que celebrar ya que su festival ha sido declarado Fiesta de Interés Turístico Internacional.



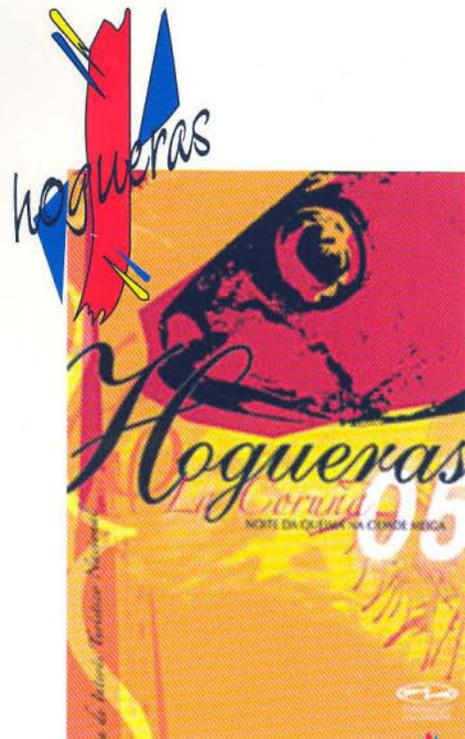
El "Maketon Estrella Galicia" se ha convertido en todo un símbolo dentro de la radiodifusión autonómica gallega tras trece años en antena. A través de las ondas, se ofrece a los oyentes el reflejo del trabajo que realizan múltiples

grupos musicales, tanto debutantes como ya consolidados. Ahora se puede disfrutar de su resultado no sólo en su emisión en Radio Vigo sino también en una gira de conciertos y la edición de un CD recopilatorio.

NOROESTE POP ROCK



La playa de Riazor fue el escenario elegido para la celebración del Noroeste Pop Rock del 4 al 6 de agosto. Fueron tres días seguidos de conciertos en la playa, gratis y bajo las agradables noches de la bahía coruñesa, en los que se pudo disfrutar de la actuación de artistas como Josele Santiago, Siniestro Total, Pereza, la Fundación Tony Manero o los hermanos Auserón. Conciertos, como siempre, con buena Estrella.



La noche de San Juan fue el escenario perfecto para el Festival de Música Joven "Allá en la Playa" que se celebró el 23 de junio en el Orzán. Estrella Galicia participaba en la fiesta a través de la música, al tiempo que las hogueras iluminaban las aguas de la ensenada en la mágica Noite da Queima y que la multitud invadía el paseo marítimo.

SON ESTRELLA GALICIA

AGENDA MUSICAL 2005

OCTUBRE

DISCOTECA PLAYA CLUB (A CORUÑA)

- 07 IVÁN FERREIRO
- 14 VIVA LAS VEGAS
- 15 SOUVENIR
- 20 VI ANIVERSARIO
PLAYA CLUB
- 21 CARLOS ANN
- 28 981 FESTIVAL
SON ESTRELLA GALICIA
- 31 LORDS OF ALTAMONT
+ THE DRONES

LA FÁBRICA DE CHOCOLATE (VIGO)

- 29, 30 DAMIEN JURADO/CAN DOLOREAN/USA

NOVIEMBRE

DISCOTECA PLAYA CLUB (A CORUÑA)

- 03, 10
- 17, 24 ROCK MARINO
- 05 SKIZOO
- 11 DELTONOS
- 12 LA HABITACIÓN ROJA
- 26 BIG BOSS MAN (UK)

LA FÁBRICA DE CHOCOLATE (VIGO)

- 24 CELIBATE RIFLES/AUSTRALIA
(LA FABRICA CLUB - VIGO)
- 25 BIG BOSS MAN/UK
(LA FABRICA CLUB - VIGO)
- 26 BIG BOSS MAN/UK
(PLAYA CLUB - LCG)

DICIEMBRE

VIGO

- 23 ENTREGA DE PREMIOS
MAKETÓN ESTRELLA GALICIA



¿Te apetece algo fresco y natural?

Prueba nuestra sidra de barril

 Sidra
Ecológica
MANZANOVA

Tostada de bacalao a la Sidra

INGREDIENTES:

Por persona:

Bacalao: 150 gr trozo por persona

Cebolla: 1 cebolla

Tomate: 1 rodaja ancha

Escarola: Un ramo

Pan barra: 2 rodajas

Aceite de Oliva: 3 cucharas soperas

Sidra Ecológica Manzanova:

Medio vaso

Pimienta negra: 3 granos

Sal:c.s.



PREPARACIÓN:

Cortamos la cebolla en tiras finas (Juliana) y lo ponemos con el aceite en una sartén a fuego lento hasta que tome un color tostado y uniforme (ojo puesto, se quema con facilidad y es muy rico si está bien hecho). Añadimos la pimienta negra entera y una vez está lista la cebolla, le rociamos la sidra con cuidado y dejamos que hierva por unos minutos (hasta que pierda la primera fuerza).

Usaremos bacalao ya desalado y lo cortamos en trozos de unos 150 gramos cada uno. Lo pasamos por una sartén con aceite por los dos lados. Añadimos el bacalao y lo metemos al horno precalentado durante 10 minutos a unos 175°C. Servimos recién salido del horno. Lavamos la escarola y la reservamos. Cortamos de un tomate, unas rodaja de dos dedos y la cortamos en 4 trozos que pasamos a la plancha con sal marina y un chorrito de aceite. Doramos por ambos lados. De los restos del tomate cortamos unos cuadraditos bien finos para decorar el plato.

Cortamos el pan en rodajas de un dedo y lo tostamos en la sartén con un poquito de aceite y con cuidado de que no se queme (o bien en la tostadora aunque no queda igual). Reservamos.

PRESENTACIÓN:

Colocamos el pan en el centro del plato, encima disponemos la cebolla y el bacalao en este orden. Como guarnición ponemos el tomate pasado por la sartén y el tomate fresco cortado en cuadradillos.

Salseamos con el jugo que sale del horno.

Rematamos poniendo la escarola fresca encima del bacalao.

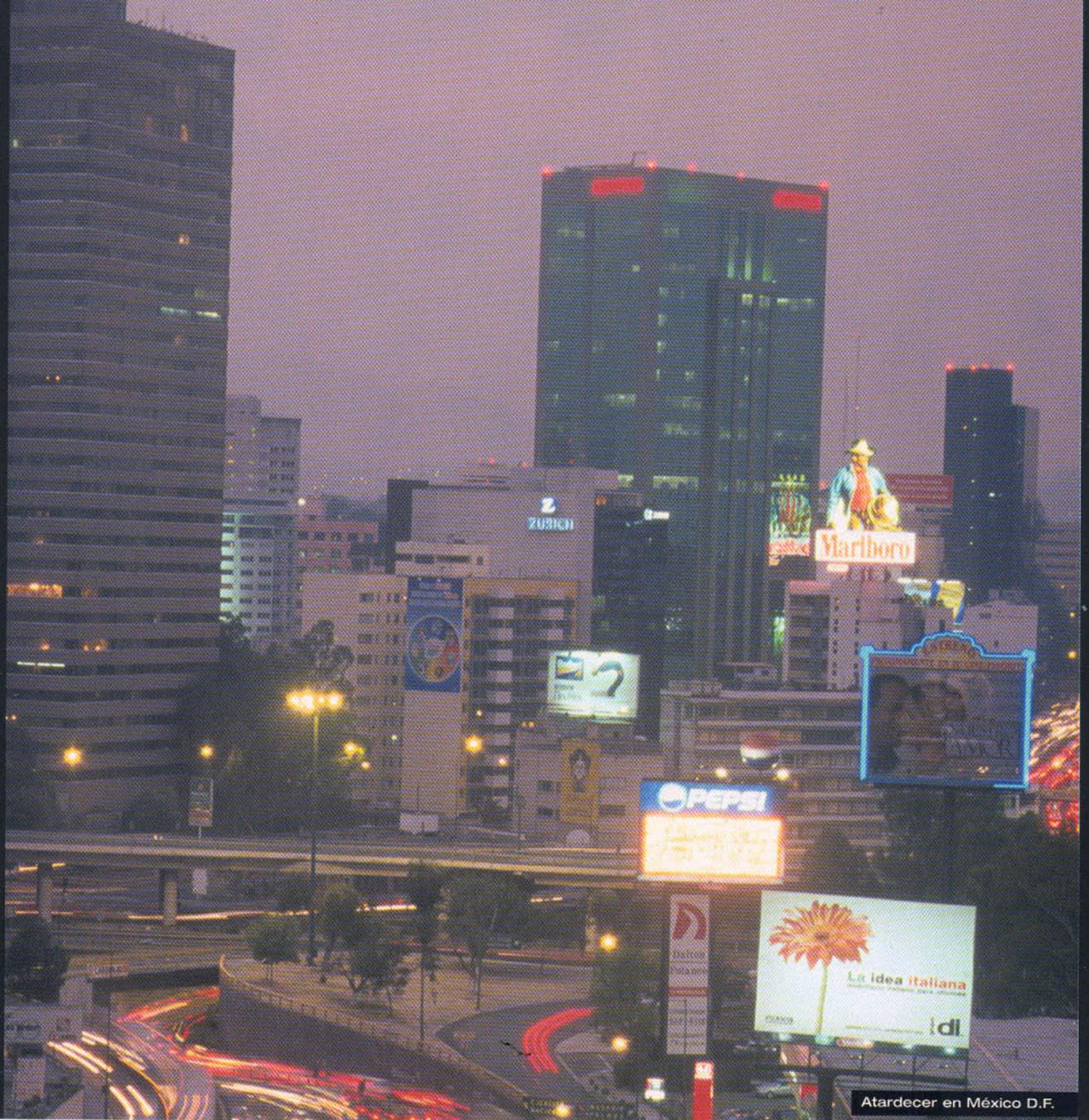
También podemos usar como guarnición unos gajos de manzana pasados por la sartén, aunque con mucho cuidado, puesto que puede hacer el plato muy dulce (mejor una manzana ácida).

MARIDAJE:

Al llevar la sidra como ingrediente del plato, su maridaje es fácil. Jugamos en este plato con el tostado del pan a la plancha (muy aromático), el dulce tostado de la cebolla a la sidra Manzanova, y el ácido del tomate a la plancha. Sobre todos estos sabores dominará el salado marino del bacalao y su sabor a curado. Todo esto se refresca perfectamente con el dulce fresco y ligeramente ácido que tiene la sidra Manzanova Ecológica. Esta marcará a cada sorbo su frescura, dejando nuestra boca preparada para cada bocado ●



José Antonio Lourido
Jefe de cocina
La Cervecería 4 Caminos
Giste Cervecera.



Atardecer en México D.F.

La Ciudad de México, la antigua capital de imperio mexica y la joya de los virreyes de la Nueva España, es hoy una de las ciudades más grandes, complejas y bellas del mundo. Su extensión y, sobre todo su vocación urbana, la hacen una ciudad de ciudades. La urbe se construyó sobre un desecado conjunto de lagos rodeada por montañas de origen volcánico donde hoy viven más de 20 millones de habitantes a un ritmo acelerado que se nota en la diversidad de actividades que transcurren en sus calles: automóviles en nervioso trayecto, innumerables peatones, comedores en las esquinas y vendedores de todo tipo. En este escenario tiene cabida la pobreza de muchos de sus habitantes, pero también el refinamiento y el lujo.

La ciudad de México es hoy una urbe cosmopolita y moderna pero sus orígenes se remontan a 1325, cuando los mexicas descubrieron el islote central del lago de Texcoco, donde habrían de establecerse para levantar un poderoso imperio, el cual sucumbiría ante el embate del conquistador español Hernán Cortés.

Las diferentes culturas que habitaron la ciudad a lo largo de los siglos, la han dotado de una interesante arquitectura de variados estilos. Por un lado, están los restos prehispánicos que hablan de la grandeza de las civilizaciones que se asentaron en el lugar antes de la llegada de los españoles, como se puede ver en las ruinas del Templo Mayor.

La Colonia dejó magníficos templos, conventos y palacios, al grado de que fue conocida, precisamente, como "la ciudad de los palacios". Los arquitectos europeos aplicaron sus conocimientos sobre el arte de su época y el resultado de su combinación con el tallado indígena fueron formas arquitectónicas únicas en el mundo, como la Catedral Metropolitana, palacios, casonas y un sinnúmero de templos sobrios y suntuosos que engalanan el Centro Histórico.

Pero hoy en día, el sitio de mayor interés histórico en la ciudad de México es la gran explanada del Zócalo, que fue testigo de los numerosos acontecimientos a lo largo de la historia de México, desde



Garibaldi



Danzantes prehispánicos frente a la basílica de Guadalupe

México D.F., la ciudad más grande y compleja del mundo

los tiempos de la Colonia. Allí, cada 15 de septiembre reúnen miles de personas para escuchar y participar en el tradicional Grito de Independencia

La cultura mexicana es mostrada en un gran número de museos distribuidos por diferentes puntos de la ciudad. En ellos se puede admirar desde el arte prehispánico (Museo Nacional de Antropología) hasta el arte virreinal (Museo Franz Mayer), el arte moderno (Museo de Arte Moderno) e incluso iconos mexicanos como en el Museo de Frida Kahlo.

En las cercanías de la ciudad se puede disfrutar también de escenarios naturales incomparables. A sólo 50 kilómetros al noreste se sitúa la impresionante ciudad de Teotihuacan, "La ciudad donde nacen los dioses", presidida por la Pirámide del Sol, y hacia el oriente se encuentran las nevadas cumbres de los volcanes Iztaccíhuatl y Popocatepetl los mismos que fueron respetados y admirados por indígenas, conquistadores y gente de todas las épocas ●



Ángel de la Independencia

México Distrito Federal

FUNDACIÓN: 1325 d.C.

UBICACIÓN: en el centro del territorio mexicano, en una cuenca, entre dos cadenas montañosas (99°09' longitud oeste, 19°24' latitud norte)

ALTITUD: 2,240 metros sobre el nivel del mar

CLIMA: Semiseco, templado

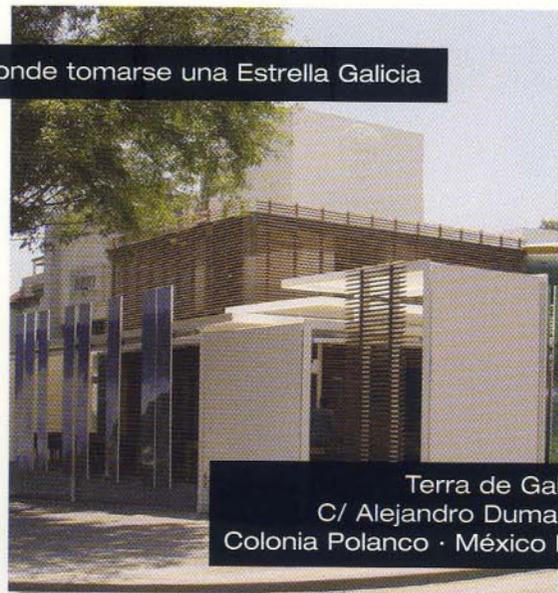
POBLACIÓN: 16 millones (área metropolitana)

EXTENSIÓN: 3,129 km²

CONTRIBUCIÓN AL P.I.B. NACIONAL.: 24.1%

UNA MARCA: la calle más grande del mundo, Insurgentes, con 25 kilómetros.

Donde tomarse una Estrella Galicia



Terra de Galicia
C/ Alejandro Dumas, 7
Colonia Polanco · México D.F.

Primeros pasos de Estrella Galicia



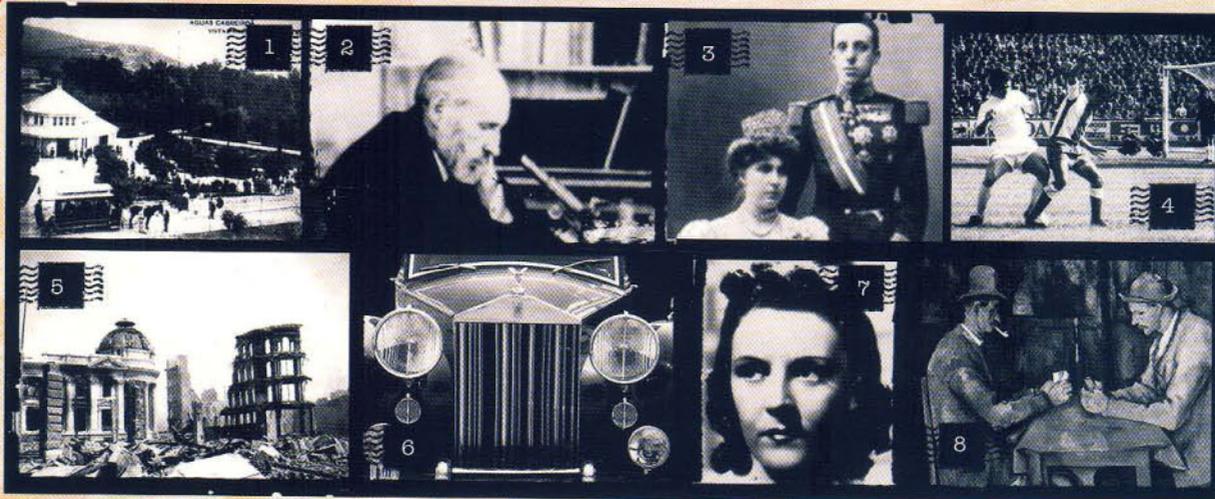
D. José María Rivera Corral

D. José María Rivera regresó a España alrededor de 1890 tras casi 20 años de emigración en México, donde había hecho fortuna con un negocio de ultramarinos. A partir de su llegada a Coruña, compaginó con acierto su actividad inversora con la propiamente industrial. A principios del siglo XX entró a formar parte de una empresa de fabricación de hielo destinado a abastecer a los vapores del puerto de A Coruña. Esta actividad precisaba de maquinaria muy costosa que intentó rentabilizarse a

través de su aprovechamiento para la elaboración de cerveza.

Con el aumento de la demanda tanto de hielo como de cerveza, se impuso la necesidad de construir una nueva fábrica para aumentar la producción. Las obras en un solar comprado por José María Rivera cerca del puerto y la estación de ferrocarril se iniciaron en 1906. La nueva fábrica se llamaría La Estrella de Galicia. ●

También en...



El manantial de Aguas de Cabreiroá es declarado de utilidad pública por sus propiedades minero-medicinales. (nº 1)

D. Santiago Ramón y Cajal es reconocido con el Nobel de Medicina por sus investigaciones del sistema nervioso, especialmente el descubrimiento de la neurona. El químico analizó en una ocasión las características bacteriológicas del agua de Cabreiroá. (nº 2)

Contrae matrimonio el rey Alfonso XIII con Victoria Eugenia de Battenberg en la iglesia de los Jerónimos de Madrid. Un anarquista lanza una bomba al cortejo nupcial. (nº 3)

Se funda el Deportivo de La Coruña. (nº 4)

Erupciona el Monte Vesubio y devasta Nápoles.

Se funda Rolls Royce. (nº 5)

Terremoto de 7.8 en San Francisco, el mayor. Destruye la ciudad y se estima que murieron 3000 personas. (nº 6)

Un tifón junto a un tsunami mata a 10.000 personas en Hong Kong.

Nacen personajes como Aristóteles Onassis, Roberto Rosellini, Billy Wilder o Imperio Argentina. (nº 7)

Fallece Paul Cezanne. (nº 8) ●



1906
AÑO / YEAR

RESERVA ESPECIAL

PATROCINADOR DE
GALICIA 2005
VUELTA AL MUNDO A VELA 2005-2006

1906 RECOMIENDA EL CONSUMO RESPONSABLE



Estrella Galicia



CERVECEROS DESDE 1906