

CENTENARIO
Visita de S.M. el Rey

ESTRELLA GALICIA
nueva imagen

TENDENCIAS
en el mercado
de agua envasada

SIDRERÍA GALLEGA
se vuelca en la recogida
de la manzana





1906-2006
el sabor de siempre con nueva imagen



Estrella & Galicia. 100 años juntos

Patrocinador de:
GALICIA NAVEGA
VUELTA AL MUNDO A VELA 2005-2006

2006 será un año muy importante para toda la Compañía. Nuestro Centenario supone un hito que, más allá de su relevancia en sí, nos arrastra hacia infinidad de expectativas, sentimientos y emociones.

De entre todas ellas me gustaría destacar dos: "Orgullo" y "Agradecimiento". Orgullo por la permanencia que supone haber sido capaces de cumplir cien años y agradecimiento a aquellos que han hecho posible que entre todos lo hayamos logrado.



Haciendo un balance del recorrido hasta nuestros días nos encontramos a sucesivos responsables y protagonistas de esta historia que comenzó hace ahora cien años, que hoy celebramos, pero que no es más que la puesta en escena de todo un recorrido empresarial. Las felicitaciones las recibimos aquellos que tenemos la responsabilidad y la satisfacción de vivir este momento, que no tendría lugar sin el esfuerzo de muchas familias y generaciones durante cada uno de los 100 años que nos preceden.

En 1906 tras un período de emigración en Veracruz, México, nuestro fundador, D. José María Rivera Corral, inició una andadura empresarial en lo que el mismo definía como sus "tres negocios": Agua, Hielo y Cerveza, los tres con valor en si mismos, pero a la vez altamente complementarios entre si.

Más allá de su actitud emprendedora, fueron su constancia y una apuesta empresarial por encima de intereses personales las que consiguieron no sólo la supervivencia de la Compañía sino su consolidación. Tras cuatro generaciones en la gestión y no pocos avatares, la actual Dirección intenta mantenerse fiel a esa filosofía que nos ha unido durante estos cien años y que ha ayudado a conservar nuestra idiosincrasia y carácter, permitiendo que seamos innovadores desde la tradición y cercanos en nuestro crecimiento, constituyendo hoy en día la corporación empresarial que somos.

Preparados para afrontar el futuro con la experiencia de nuestra trayectoria y energías renovadas para proseguir el camino en un reto continuo, nos encontramos con que decisiones estratégicas tomadas hace cien años siguen siendo hoy en día más vigentes que nunca. Creo que conservamos la misma o algo de la audacia y el valor de nuestro fundador, cuyo legado nos empeñaremos en perpetuar. Pero, sobre todo, considero importante la conservación de aquellos valores que se han convertido en la médula espinal de la Compañía y que seguro nos acompañarán en el futuro.

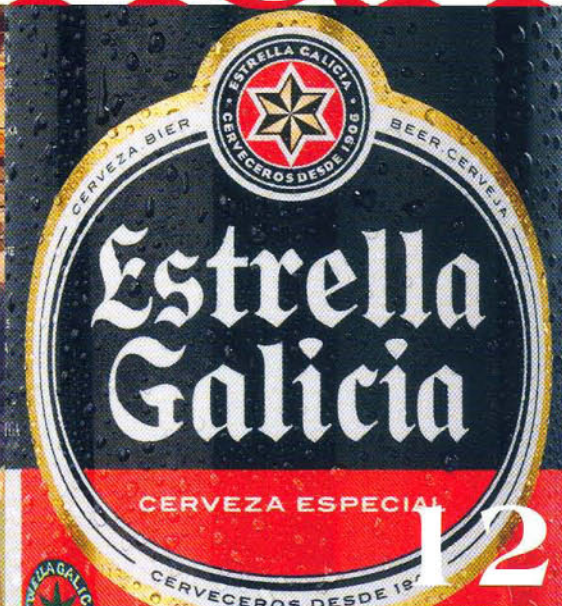
JOSÉ MARÍA RIVERA

Director General
HIJOS DE RIVERA S.A.

Sumario



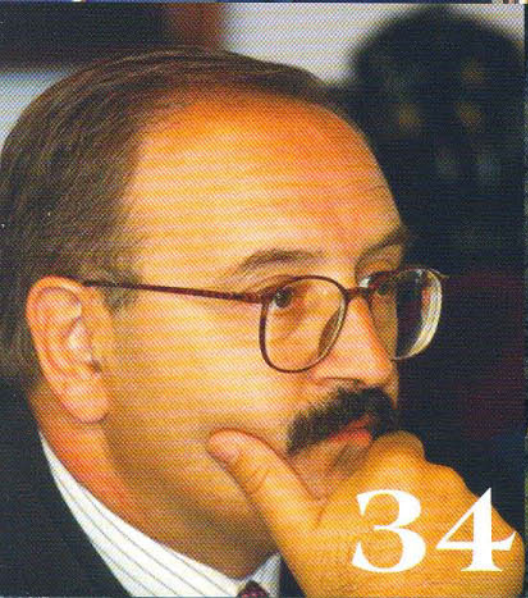
6



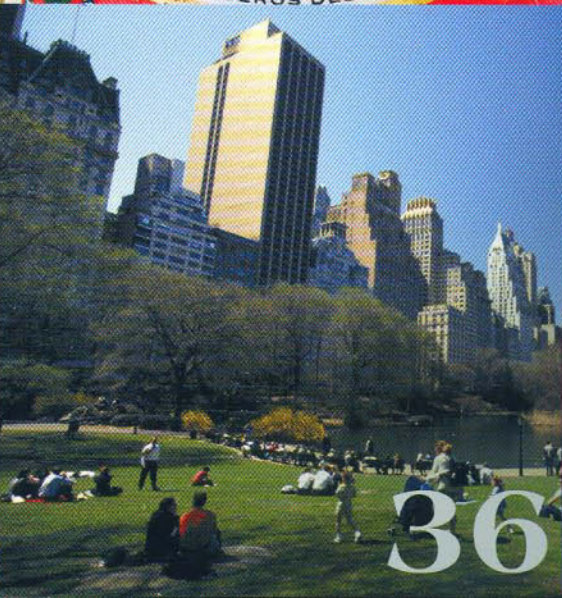
12



1



34



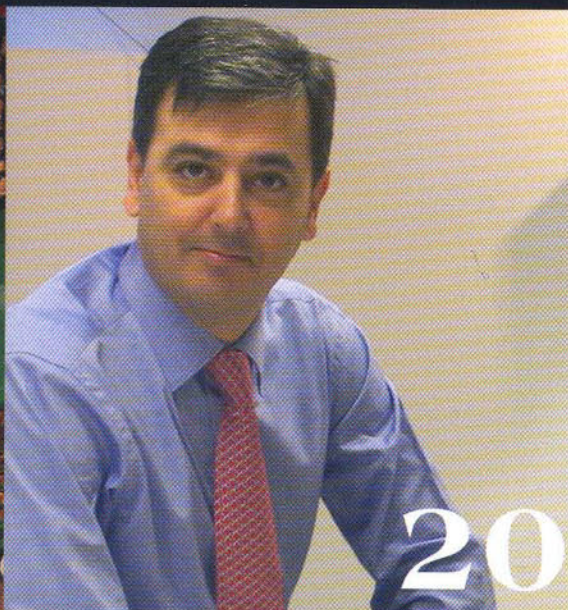
36



4



- 6 Centenario
Visita de S.M. el Rey
- 12 Nueva Imagen
Estrella Galicia
- 15 Noticias
- 20 Tendencias en el mercado
de agua envasada
- 22 Actualidad
Recogida de la manzana
- 27 Expansión Estrella
- 28 Estrella Excelente
- 30 Seguridad y Salud Laboral
- 33 Estrella por dentro: Giste
- 34 Personaje Estrella
Ramón Villares
- 35 Estrella Responsable
- 36 Viajes: Nueva York
- 40 Eventos
- 42 Son Estrella Galicia
- 44 Temas Estrella
¿Engorda la cerveza?
- 45 Gastronomía
- 46 Guiño al pasado: I Guerra Mundial



EDITA: Hijos de Rivera S.A.

COORDINA: Departamento de Comunicación Corporativa

DISEÑO Y MAQUETACIÓN: Trébore diseño gráfico, Empresa de Economía Social perteneciente a la Fundación Paidela.

IMPRENTA: Gráficas Rigel



S.M. el Rey inauguró los actos de celebración del Centenario

Descubrimiento de la placa conmemorativa



Foto de grupo en la zona de envasado



CENTENARIO



Su Majestad el Rey abrió oficialmente los actos del Centenario de Estrella Galicia a través de una visita a nuestras instalaciones en A Coruña el pasado 4 de noviembre. A su llegada, fue recibido por los directivos de la compañía y diversas autoridades entre las que se encontraba el Presidente de la Xunta de Galicia, D. Emilio Pérez Touriño, la Ministra de Agricultura, Pesca y Alimentación, Dña. Elena Espinosa, la Presidenta del Parlamento Gallego, Dña. Dolores Villarino, el Delegado del Gobierno en Galicia, D. Manuel Ameijeiras, y el Alcalde de la ciudad, D. Francisco Vázquez.

El recorrido por las instalaciones comenzó con el descubrimiento de una placa conmemorativa por parte de D. Juan Carlos. A continuación, realizó una visita a la fábrica en la que tuvo la oportunidad de conocer más de cerca el proceso de elaboración de la cerveza así como la larga historia de nuestra compañía. La empresa regaló al monarca una columna muy especial, una Sibila de Sargadelos, pieza única elaborada para la ocasión.

En todo momento, el monarca demostró un gran interés por la evolución de la empresa y compartió animadamente con todos los presentes tanto durante el recorrido como durante el aperitivo que cerró el acto. Su Majestad se mostró gratamente impresionado por el nivel tecnológico de las instalaciones y no dudó en felicitar a los directivos en este sentido, deseándoles un futuro lleno de éxito ●

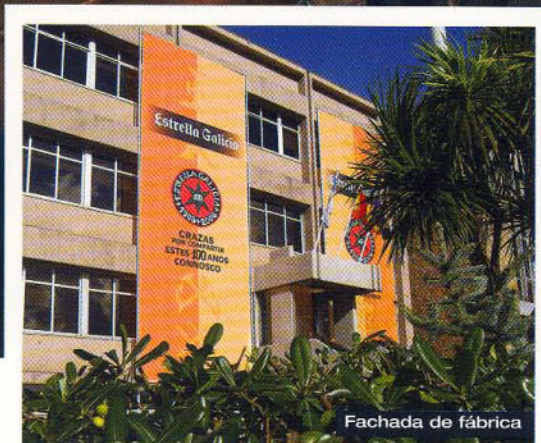


D. José María y D. Ignacio Rivera conversan con Su Majestad y el Presidente de la Xunta



Momento del recorrido por fábrica





Fachada de fábrica



Detalle de la foto de grupo



D. Juan Carlos y las autoridades en el laboratorio

Un día muy especial

Cumplir cien años supone de por sí un buen motivo para el orgullo pero es difícil encontrar un mejor modo de llevar a cabo la apertura de actos de celebración que con la visita de Su Majestad el Rey D. Juan Carlos.

Su Majestad saludó personalmente a accionistas, directivos y personal de fábrica en diversos momentos de su recorrido y todos tuvimos la oportunidad de realizar una foto de grupo con él y las autoridades que le acompañaban en la zona de envasado.

No muchas empresas en nuestro país cuentan con el honor de haber recibido en sus instalaciones al monarca y todos los que participamos del proyecto empresarial de Hijos de Rivera valoramos de un modo muy especial que haya decidido formar parte del recuerdo de nuestro primer Centenario ●

Hay un detalle que hace perfecta una buena comida o un buen café. La compañía de un buen aguardiente.

El Orujo de Galicia, el licor de hierbas y el licor café, tres sabores que son una seña de identidad de nuestra tierra.

QUENZA



El sabor tradicional de Galicia, vestido de modernidad.



S. Galega S.L. Chantada - Galicia - España

Comercializado por HIJOS DE RIVERA S.A.

Tfno: 981 901 911 comercial@estrellagalicia.es



Convocatoria en el atrio del Hotel Barceló



D. Ignacio Rivera durante la presentación

Nuestro Centenario despertó gran expectación entre la prensa

La prensa acudió masivamente a la presentación de los actos y el logotipo del Centenario que se celebró el pasado 19 de octubre en las instalaciones del Hotel Barceló de Coruña. En dicho acto, D. Ignacio Rivera tuvo la oportunidad de comunicar alguna de las actividades previstas y de

hacer público el logotipo que nos identificará durante el próximo año. En la rueda de prensa, D. Ignacio Rivera estuvo acompañado por Xaime Cabanas, autor del logotipo, quien explicó a los presentes la simbología que trata de representar su diseño ●

Camión de reparto



El pasado 16 de diciembre todos pudimos ver por primera vez el antiguo camión de reparto que ha sido restaurado con motivo del Centenario. El vehículo, matriculado como histórico, ha pasado el último año y medio en proceso de remodelación con el objetivo de convertirse en una reproducción exacta de los camiones de reparto de Estrella Galicia de mediados del siglo XX. Durante todo 2006, el camión recorrerá diversos puntos de la geografía nacional dando a conocer nuestra marca y aportando un espíritu festivo a nuestra celebración ●



¿TU COMO LO CELEBRARIAS?

Los consumidores de Estrella Galicia son los principales protagonistas de la celebración del Centenario y, por ello, se han tomado en especial consideración las sugerencias que han transmitido durante la promoción *Tú cómo lo celebrarías* que concluyó el pasado diciembre. En total se han recogido 5000 ideas de 3800 participantes. La mayoría se canalizaron a través de la página web y muchas son coincidentes a la hora de pedir conciertos, cerveza gratis y promociones para conmemorar nuestro aniversario ●

Estrella & Galicia

100 años juntos

1906 - 2006

El dirigible de Estrella Galicia sobrevuela Santiago de Compostela

El dirigible de Estrella Galicia tuvo una puesta de largo por todo lo alto en el marco incomparable que ofrece la Plaza del Obradoiro de Santiago de Compostela. El pasado 11 de noviembre, el zepelín despegó frente a la Catedral y sobrevoló la zona monumental de la ciudad acompañado por dos globos aerostáticos en los que la prensa pudo disfrutar del trayecto.

El acto fue espectacular y numerosos curiosos y turistas se congregaron en la plaza para disfrutar del despegue y hacer fotos del dirigible de aire más novedoso construido en España, con 43 metros de eslora y 18 de altura.

El zepelín generó una gran expectación en Santiago y durante todo el año del Centenario serán muchos los que tendrán la oportunidad de verlo sobrevolando diferentes celebraciones de relevancia ●



Estrella Galicia presenta "De Profundis"



El pasado 24 de noviembre tuvo lugar en el Aquarium Finisterrae de A Coruña la presentación de "De Profundis", un fascinante proyecto de animación dirigido por Miguelanxo Prado, con música compuesta por Nani García, que cuenta con Estrella Galicia como productor financiero.

El largometraje se estrenará en otoño de 2006 y, según su director, busca la complicidad de aquellos espectadores capaces de sentir la emoción en una belleza de carácter lírica, intimista y de ambiciones poéticas, en lo que es un homenaje a los océanos, al mar.

Se trata de un trabajo hecho desde Galicia, pero con un lenguaje universal que ha recibido el apoyo que otorga el Fondo Eurimages para impulsar la producción de obras audiovisuales europeas de especial interés ●

Presentación en el Acuarium Finisterrae de A Coruña

Nueva Imagen Estrella Galicia

1906-2006

El sabor de siempre con una nueva imagen

Hijos de Rivera renueva la imagen de su marca más conocida para iniciar su segundo siglo de vida con un espíritu más moderno e innovador.

Estrella Galicia cumple 100 años, un hito que no muchas empresas alcanzan a celebrar y que supone un motivo de orgullo para la compañía, así como un reto de adecuación a los tiempos sin dejar de lado la tradición y el conocimiento que ha permitido que en 2006 se alcance este importante aniversario.

Desde 1998, año del último cambio, Estrella Galicia Especial, la marca más reconocida de nuestra compañía, ha mantenido una imagen muy definida con la que se llevó a cabo un proceso exitoso de expansión en España y los mercados internacionales de la mano de la cuarta generación de la familia Rivera.

Tras varios años identificándose con la misma imagen, Estrella Galicia no ha encontrado un mejor

momento para renovarse e impulsar la marca que el año de celebración de su Centenario. Esta decisión ha sido apoyada por múltiples sugerencias recibidas durante la campaña *Tú cómo lo celebrarías*, a través de la cual los consumidores han expresado su opinión acerca de la mejor forma de conmemorar el aniversario de la compañía.

Este cambio pretende transmitir una imagen moderna y actual de la marca pero sin perder sus tradicionales señas de identidad. Afecta a todos los envases (botellas y latas) y packs de Estrella Galicia Especial, tanto los destinados para hostelería como para alimentación, e incluye por primera vez un nuevo formato: la botella de 20 cl. long neck (el formato long neck podía encontrarse hasta ahora sólo en la botella de tercio).

Con esta transformación, Estrella Galicia demuestra que, a pesar de su larga trayectoria, su cerveza es más joven que nunca ●



1906

En 1906 D. José María Rivera Corral regresa México y funda "La Estrella de Galicia"



1920

D. Ramón Rivera, hijo del fundador, es uno de los primeros españoles en obtener el título de Maestro Cervecerero.



1940

Tras las guerras civil y mundial, la segunda generación asume la dirección de la Compañía



1950

En los 50 se automatiza la fábrica para garantizar la calidad y una demanda que alcanza ya los 10 millones de litros.



1964

Los nietos del fundador continúan la ampliación y modernización de la fábrica original que ya se queda pequeña.



Ahora todo el estilo
y la comodidad
de la long neck en 20 cl.



Una lata que se
actualiza sin
perder la tradición



1970

Se traslada la fábrica y en su lugar queda una de las cervecerías más emblemáticas de España, la cervecería de Estrella Galicia.



1972

Lanzamiento de Estrella Galicia Especial Rivera.



1998

La cuarta generación comienza la expansión de la compañía por España y mercados internacionales.



2006

Estrella Galicia cumple 100 años convertida en un icono de nuestra cultura y de nuestra manera de ser.



CABREIROÁ

Agua Mineral Natural

MARANTIAL CABREIROÁ
Desde 1906

Agua Mineral Natural
Mineralización Débil

Composición Química (mg/l):
Bicarbonato: 128,0; Calcio: 147,0;
Cloruro: 220,0; Sodio: 47,6;
Sulfato: 8,9; Magnesio: 2,7

Lab. Dr. D. Rivera, Sarcóns,
marzo de 2002

Principio de la luz solar y del viento
aprovechados. Conservar en agua embot.
Frío y seco.

Embotado por: Agua de Cabreiroá, S.A.
Estado de Cabreiroá s/n. 29897
Vilagarcía de Arousa. Galicia. España
R.O.S. nº 21.070/04

902 11 75 97 CONT. 1L

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

CABREIROÁ 100% esencia de Galicia
Declarada minero medicinal en 1906

Cena de Navidad 2005



El pasado 16 de diciembre todos nosotros tuvimos ocasión de celebrar la Cena de Navidad 2005. Este año con un aliciente especial ya que tuvo lugar a escasos días del inicio de nuestro Centenario, algo que pudo notarse en el desarrollo de todo el evento.

Este año, personal y jubilados, en total unas 430 personas, se reunieron dentro de las instalaciones de fábrica para realizar la tradicional foto de familia. La sorpresa vino dada por la aparición de un antiguo camión de reparto restaurado que sirvió como excusa para disfrutar de una pequeña puesta en escena alrededor del vehículo.

La cena se celebró en el Pazo de Vilaboa, un entorno espectacular decorado especialmente para la ocasión. D. José María Rivera realizó el discurso de apertura e hizo un recorrido por la historia de la compañía en los últimos cien años, destacando el esfuerzo, la voluntad de superación y la ilusión que han guiado el devenir de Hijos de Rivera, y subrayando el orgullo que supone alcanzar un aniversario tan especial. A continuación, tuvimos la oportunidad de conocer de primera mano algunos de los actos previstos para la celebración del Centenario a través de la intervención de D. Ignacio Rivera. Por otra parte, D. Enrique Domínguez, Presidente del Comité de Empresa,

aprovechó la oportunidad para hacer pública una iniciativa que pretende ser un reconocimiento del personal hacia la familia Rivera y que arrancó los aplausos del público asistente: el cambio de nombre de la calle donde está ubicada la fábrica por el de nuestro fundador, D. José María Rivera Corral.

El momento más emotivo de la noche tuvo lugar durante la entrega de calderas a los jubilados. Todos ellos subieron al escenario a recoger el merecido galardón tras escuchar un breve perfil de su trayectoria en la compañía que destacaba su dedicación y espíritu de trabajo así como su compañerismo.

Tras la cena, pudimos disfrutar de la actuación del mago Jorge Blass, quien demostró sobradamente porqué es considerado uno de los mejores ilusionistas de nuestro país, provocando la sorpresa e incredulidad de los asistentes a través de una batería de números al cual más espectacular.

El evento concluyó con la música de un grupo de jazz y el tradicional sorteo de regalos en el que muchos fueron los agraciados. Eso sí, todos sin excepción pudimos llevarnos a casa un recuerdo diseñado especialmente para la ocasión: una jarra de cerveza de cristal conmemorativa del Centenario ●



Hijos de Rivera, patrocinador de la Selección Gallega de Fútbol



El pasado 21 de diciembre se llevó a cabo la firma de un convenio de colaboración entre Hijos de Rivera y la Consellería de Cultura e Deporte por el cual nuestra compañía se convierte en el patrocinador de la selección gallega de fútbol durante los próximos cuatro años.

Dña. Ánxela Bugallo, Conselleira de Cultura e Deporte agradeció la colaboración de Hijos de Rivera y manifestó su confianza en que la relación entre ambas instituciones será muy fructífera. Por su parte, D. Ignacio Rivera deseó la mejor de las suertes a la selección gallega y subrayó la apuesta de la empresa por el deporte de base a través de Cabreiroá ●

Incorporación de José Cabanas frente al Departamento de Marketing

El pasado mes de noviembre tuvo lugar la incorporación de José Cabanas como nuevo Director de Marketing de Hijos de Rivera. Su trayectoria profesional es un aval inmejorable para su labor al frente de este departamento ●



Reconocimientos a Bodegas Terramaior

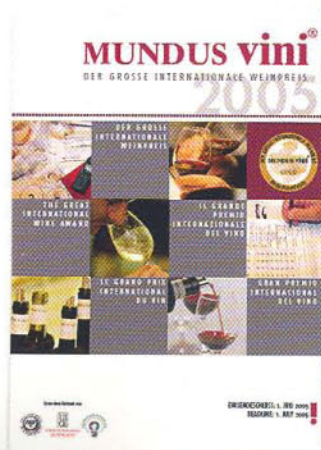
El esfuerzo realizado en Bodegas Terramaior por alcanzar la más alta calidad en nuestros vinos está obteniendo un resultado muy satisfactorio allí donde se presenta. A los premios obtenidos con anterioridad hay que sumar los conseguidos en el Concurso Internacional Mundus Vini celebrado en Alemania: Medalla de plata Troante 2004 DO Ribeiro, Diploma Honor Albariño Terramaior 2004 DO Rias Baixas y Diploma de Honor Ponte da Boga Godello 2004 DO Ribeira Sacra.

El Gran Premio Internacional del Vino Mundus Vini es el concurso vinícola internacional más importante de Alemania y uno de los más reconoci-

dos del mundo. Más de 3.578 vinos originarios de 30 países son valorados por parte de 160 expertos de prestigio internacional.

El Concurso de la 6ª Edición del Salón Internacional del Vino 2005, celebrado en Madrid el pasado noviembre, congregó a los expertos nacionales del sector quienes concedieron la medalla de plata a Troante. Ponte da Boga mencía, por su parte, consiguió una mención especial en el International Wine Challenge 2005 de Londres.

Además, en la Feria Internacional del Vino celebrada en Miami, Albariño Terramaior alcanzó muy buenas críticas. Cerca de 400 bodegas de 18 países y más de 1.000 marcas diferentes se dieron cita en esta exhibición ●



Locales con estilo



Cervecería La Piedra

Durante el pasado mes de diciembre abrieron sus puertas tres nuevos establecimientos en Ferrol remodelados y acondicionados por el equipo de Desymo: Cervecería La Piedra (c/ Sánchez Calviño), Vinoteca Nicasio y Cervecería Maristany (ambas en el Paseo de la Marina). Cada uno de ellos cuenta con un estilo característico que lo convierte en un local único para disfrutar de buena compañía y, por supuesto, buena cerveza ●

Oficinas libres de humos

La Ley del Tabaco ha entrado de lleno en la vida diaria de los españoles a partir del pasado 1 de enero y, desde entonces, el personal fumador de Hijos de Rivera ha mostrado un respeto riguroso por las nuevas normas. La prohibición de fumar en el lugar de trabajo está resultando un aliciente para que muchos intenten dejar el hábito definitivamente y otros, a fuerza de controlar su ansiedad para no tener que salir al exterior, reduzcan significativamente el número de cigarrillos diario. En todo caso, es evidente que un entorno sin humos resulta beneficioso para la salud de todos ●



Envasado se adapta a la nueva imagen de Estrella Galicia



Línea de envasado de botellas

Desde mediados del pasado mes de noviembre, se ha llevado a cabo una adaptación de los grupos de envasado a la nueva imagen de nuestra cerveza Estrella Galicia Especial, a la que se suma la nueva botella de quinto. Esto ha supuesto un reto importante para envasado ya que la nueva etiqueta necesita una aplicación en botella más elaborada. De todas formas, el cambio se ha realizado con éxito gracias a la colaboración y esfuerzo de todos los departamentos y secciones implicadas: marketing, compras, oficina técnica, mantenimiento y envasado ●

Cabreiroá Con Gas, galardonada en Termatalia

Cabreiroá Natural Con Gas fue el agua con gas mejor puntuada en la cata celebrada en el marco del Salón Internacional de Turismo Termal que tuvo lugar en Ourense

La Cata de Aguas fue una de las actividades con mayor interés dentro del programa de Termatalia, foro en el que se han dado cita expertos nacionales e internacionales del sector. Los doce catadores que intervinieron en el concurso probaron veintisiete aguas distintas que procedían de diferentes localidades de España, así como de Italia y Austria.

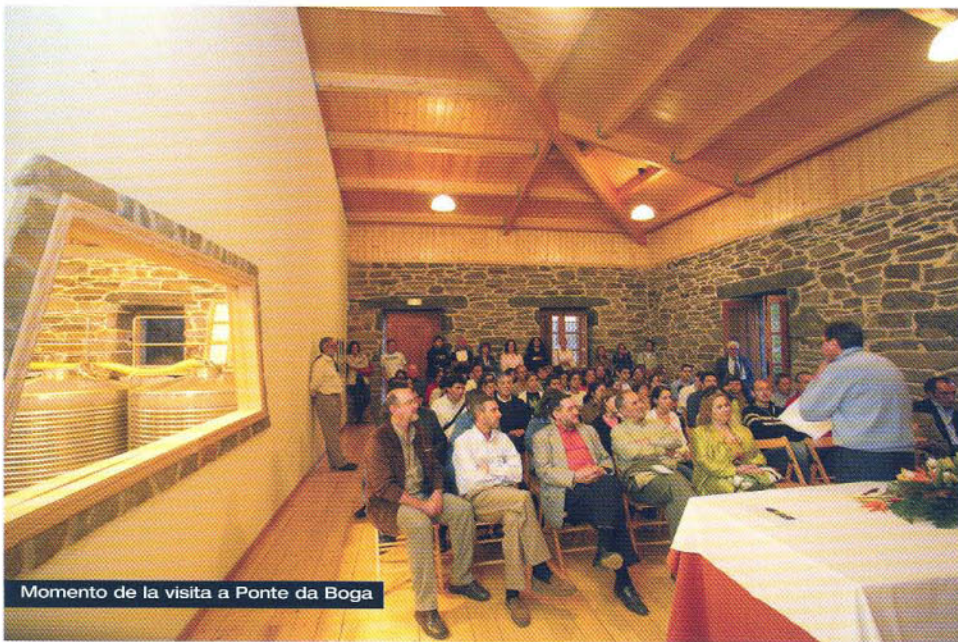


Entrega del galardón en Expourense

Los expertos coincidieron en resaltar la excelente calidad del agua y explicaron que su análisis se centró en comprobar la diferencia de matices de brillo, color, sabor y aroma ●



Desarrollo Sostenible en el Ámbito Rural



Momento de la visita a Ponte da Boga

El Parador de Monforte de Lemos fue el escenario de la celebración del primer curso sobre Desarrollo Sostenible en el Ámbito Rural que organizó la Universidad Internacional Menéndez Pelayo y que tuvo como uno de los patrocinadores principales a Bodegas Terramaior.

El seminario, celebrado entre el 26 y el 28 de septiembre, convocó a 100 alumnos interesados en la materia y tuvo como ponentes a nombres muy destacados del ámbito del medio ambiente, la economía, la arquitectura, el patrimonio y las energías renovables, entre otros temas. Además, los participantes tuvieron la oportunidad de visitar la Bodega Ponte da Boga y sus viñedos para conocer de primera mano el proceso de elaboración del vino ●



Congreso EUHOFA en Santiago

Más de 180 personas de 28 países asistieron en Santiago del 7 al 12 de noviembre al 44º Congreso de la Asociación Internacional de Escuelas de Hostelería. El Conselleiro de Innovación, Fernando Blanco, fue el encargado de inaugurar el Congreso, organizado por el Centro Superior de Hostelería de Galicia y patrocinado por Hijos de Rivera.

En el encuentro participaron directores de los centros de enseñanza más reconocidos de Europa y responsables de grandes cadenas hoteleras internacionales, quienes tuvieron ocasión de analizar las nuevas tendencias mundiales en gestión hostelera ●

Plan de Emergencias de Estrella Galicia

La instalación contra incendios de Estrella Galicia se va a complementar a lo largo del primer trimestre del año 2006 con la potenciación del actual plan de emergencias en base a las siguientes actuaciones:

- Reforzamiento de las señalizaciones de caminos de evacuación.
- Incidencia en la formación y simulacros.

Estas medidas se unen a la moderna instalación de detección y extinción de incendios en funcionamiento desde diciembre de 2005.

El objetivo de la empresa, en línea con su preocupación por la seguridad, es alcanzar un alto nivel de adiestramiento para lograr combatir con rapidez y efectividad cualquiera de las emergencias previsibles en la planta ●



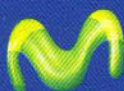
movistar, el mejor socio para tu empresa



Si eres empresario, cámbiate a movistar y disfruta de los planes específicos para empresas. Aprovecha todas las ventajas que te ofrecemos para tu negocio:

- Móviles desde 0€
- Descuentos en tu factura
- Mejora en la comunicación con tus clientes
- Tarifas personalizadas
- Planes específicos para empresas
- Renovación de móviles
- Última tecnología
- Internet y correo electrónico en tu móvil

Telefonica



movistar
distribuidor oficial

Ven y pídenos más

CommCenter

otero

902 129 130



Tendencias en el mercado de agua envasada

José Manuel García,
Director General de
Manantiales de Galicia

·Las cifras indican un crecimiento de un 10% anual en el consumo de agua envasada, ¿a qué cree que se debe este crecimiento?

Hay una diversidad de factores que influyen de manera complementaria y con diferente intensidad según el área de España que se trate, en los incrementos de consumo que en los últimos años se han venido produciendo en el sector, hasta alcanzar un volumen total de consumo de 6.000 millones de litros en 2005. A saber:

1º La incorporación creciente de pautas de consumo relacionadas con el bienestar y la salud así como el aumento de la práctica deportiva en franjas amplias de edad como actividad cotidiana.

2º El incremento del nivel de renta de las familias españolas permite incorporar a la cesta de alimentos del hogar productos como el agua mineral natural. Esto responde también a la nueva configuración de la estructura familiar: a menor numérica en el hogar, más renta disponible para destinar a determinadas pautas de consumo.

3º Variaciones en la estructura residencial del país con incremento de urbanizaciones en zonas que no disponen de un adecuado servicio de agua potable pública.

4º El incremento del turismo en España.

5º El cambio de hábitos de consumo como consecuencia de modificaciones legislativas; léase Tráfico y la dureza de las sanciones por conducir con determinados niveles de alcohol.

6º Avances en investigaciones médicas que aportan un mayor conocimiento de los beneficios para el organismo del consumo del agua mineral natural.

7º Las campañas de publicidad de las empresas del sector.

8º Y, para terminar, las mejoras tecnológicas de la industria del agua envasada que han permitido poner a disposición de la población de manera masiva un producto de alta calidad a un precio competitivo.

·Existe una mayor competencia de las marcas y el consumidor es cada día más exigente, ¿cuáles son las armas para triunfar en este mercado?

Para mí, las claves o "armas" genéricas, independientemente de que en el sector alimentario has de tener un producto de calidad (y Cabreiroá lo tiene), serían el trabajo diario, el sentido común, saber el rumbo al que te diriges, la motivación del personal y el hacer equipo, pensar en el cliente permanentemente, innovar en producto, en tecnología productiva y, ya rizando un poco el rizo, podría ser disfrutar a tope con lo que haces.

Las "armas" más específicas que utilizamos nosotros para triunfar en este mercado pasan por una preocupación prioritaria por la calidad, un cuidado exquisito del entorno de nuestro balneario y manantial y hacer valer nuestro origen y singularidad gallegos, haciendo de Cabreiroá el agua de la tierra del agua.

·Grandes multinacionales han entrado en el mercado del agua envasada, ¿qué cambios ha producido esto en la estrategia de las empresas?



Cuando las grandes entran con fuerza en tu sector primero has de alegrarte porque quiere decir que estás en un buen sector. Pero rápidamente has de preocuparte porque, entre otros problemas, seguramente la estrategia que utilizaste hasta la fecha ya no te servirá en

el futuro. En el agua mineral natural hace ya muchos años que están en España las multinacionales europeas Danone y Nestlé (la primera como líder destacada en España - entre otras marcas tiene Fontvella y Lanjarón) y más recientemente se han incorporado Coca-Cola con Aquabona y Pepsico con Aquafina. Se puede decir que están todos los que tienen que estar. Ante esto, las empresas más pequeñas tienen que optar por estrategias diversas según sus propias singularidades. Principalmente estrategias que primen la proximidad territorial, que hagan valer determinados atributos, o que se especialicen en segmentos de precio o canal. Desde luego, serían estrategias suicidas las que traten de enfrentarse a las grandes en su campo. Volviendo al lenguaje militar, estrategias de guerrillas según el terreno que domines.

·¿Llegaremos a un punto en el que los consumidores elegirán el agua en los restaurantes a través de una carta como sucede ahora con los vinos?

Sin duda. Ya existen ahora restaurantes con carta de aguas, aunque todavía no es una práctica muy extendida. A medida que avance el conocimiento del consumidor sobre el agua mineral natural, se hará necesario para el restaurador ofertar una pluralidad de aguas al igual que ahora se hace con el vino. Desde luego, que un restaurante tenga Cabreiroá Única dentro de su oferta de bebidas dice mucho de su preocupación por el cliente.

·¿Cuáles son las características principales del mercado del agua envasada en España en relación a otros países?

Podemos citar principalmente tres:

1º El agua con gas pesa muy poco en el percentil del sector, un 5 %, contra un 60 % en Alemania por ejemplo.

2º España tiene poco desarrollada el agua con sabores o con otras propiedades o elementos incorporados.

3º En España el 95 % del consumo es de agua mineral natural, contra un 4 % del agua de manantial y un residual 1% de agua potable preparada. En otros países desarrollados es a la inversa.

Hay que decir que las diferentes legislaciones de los países de nuestro entorno, a pesar de la normalización que trajo consigo la Unión Europea, han determinado en gran medida las diferencias en las tipologías de consumo.

·¿Cuáles son los principales puntos de venta del agua envasada: en hostelería o supermercados?

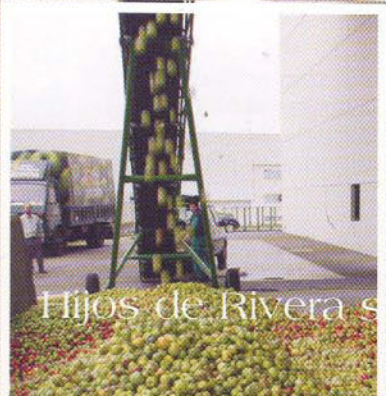
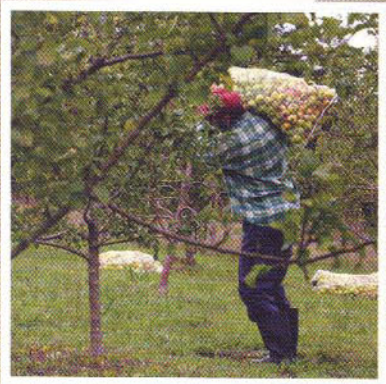
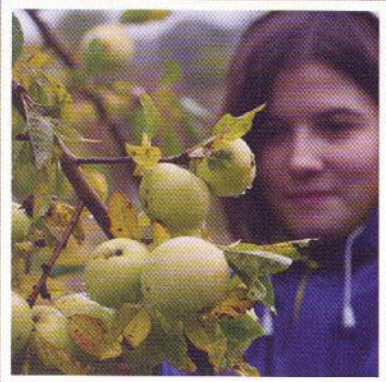
El agua envasada en España tiene un reparto de venta por volumen de litros del 70-80% (según regiones) en Alimentación y un 20-30% en Horeca.

·El mercado del agua envasada es muy local, ¿cree que esto evolucionará?

Con carácter general no. El agua "viaja mal" y el coste del transporte la penaliza mucho en los puntos de venta. Habrá excepciones de aguas de marcado carácter nacional o incluso internacional, pero no será la tónica del sector. Además, en el caso del agua mineral natural, los manantiales están en todos los aspectos muy "ligados" al territorio y la deslocalización de las industrias, que es lo que motiva una globalización de los productos, en nuestro caso no es posible. Pese a esto, se están introduciendo en el sector español estrategias para comercializar marcas asociadas a diferentes manantiales. Si esto funciona, posiblemente se potencien a nivel general estas acciones. No obstante el mercado del agua mineral a día de hoy en España es eminentemente regionalista ●



Sidrería Gallega se vuelca en la recogida de la manzana



Cada región cuenta con dos calendarios, uno que nos resulta común a todos, y otro que viene determinado por las épocas de siembra, cultivo y recolección de los productos típicos de la zona. En el caso que nos ocupa, octubre ha sido un mes clave, ya que todo el área de Chantada, lugar de ubicación de Sidrería Gallega, se ha empleado a fondo en la recogida de la manzana para la elaboración de sidra.

Este producto, asociado comúnmente a los lagares asturianos, vive un renacer en Galicia, que actualmente es la mayor productora de manzana sidrera de España. Las causas de este auge se asocian en gran medida a la alta calidad de la materia prima y al impulso de la agricultura ecológica, que garantiza el empleo de técnicas que excluyen el uso de productos químicos, con el objetivo de preservar el medio ambiente, aumentar la fertilidad del suelo y proporcionar alimentos con todas sus propiedades naturales.

Este año la cosecha en Sidrería Gallega ha sido menor que el anterior debido tanto a la sequía como al hecho de que la ausencia de tratamientos a los árboles hace que se produzca una alternancia en la producción, un año muy abundante y menor el siguiente. En términos de calidad, el zumo de la manzana de esta cosecha es excelente para la elaboración de sidra (muy rico en taninos y azúcar).

ELABORACIÓN

La recogida de la manzana se produce después del verano. Se abaten vareando las ramas con un palo largo, para posteriormente recogerlas, introducir las en sacos y transportarlas al lagar, donde más tarde se convertirán en sidra.

En Sidrería Gallega se realiza un cuidadoso control de la variedad y el estado de las manzanas que llegan a la planta, recogiendo muestras para análisis químicos del grado de maduración de la fruta y comprobando la certificación de agricultura ecológica. Posteriormente se realiza el lavado del producto y una selección de aquellas manzanas óptimas para la producción de sidra.

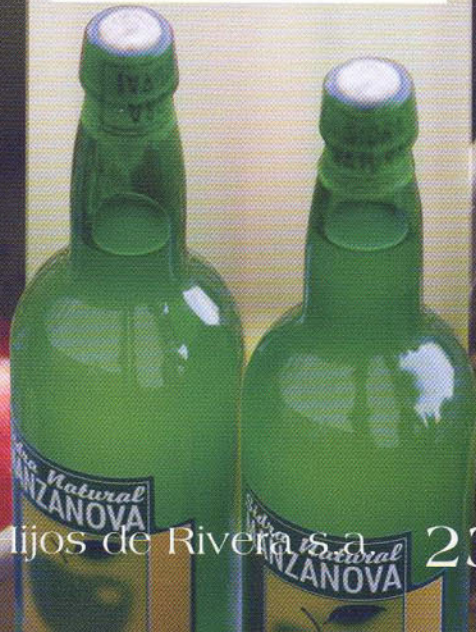
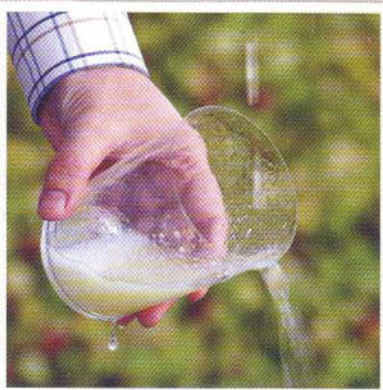
Tras la selección inicial, se procede a la molienda de la manzana y a su maceración en tanque con escurridor durante una media de 24 horas, momento en el que se separa la pulpa y el mosto, introduciéndose este último en la bodega de fermentación. La maduración en bodega se alarga entre tres y nueve meses, tras los que se obtiene la sidra que será embotellada en los diferentes envases ●

LA MANZANA

Para acercarnos con conocimiento de causa a un producto tan apreciado como la sidra es necesario tomar en consideración algunos datos relevantes del origen del producto: la manzana.

Se sabe que el manzano, árbol típico de climas fríos y templados, ha sido cultivado al menos desde hace tres milenios. Distintos pueblos de la antigüedad, como egipcios y babilonios, empleaban la manzana como medicina debido a sus valores digestivos y nutritivos. Los hebreos tomaban una bebida embriagante que llamaban "sicera" y se sabe que también griegos y romanos bebían un vino de manzana al que llamaban "sikera" y "vinum ex malis" respectivamente, que estos últimos degustaban en sus desmedidos festejos.

Podemos separar las manzanas en dos grandes grupos: manzana de mesa y manzana sidrera. Una manzana de sidra puede ser excelente para comer cruda, pero una manzana de mesa nunca deberá utilizarse para hacer sidra. Las variedades de mesa son muy pobres en tanino y pectina, componentes necesarios para la elaboración de la sidra. La pectina es la fibra de la manzana: su mayor presencia en las variedades sidreras es lo que posibilita la obtención de un zumo limpio ●





GRACIAS POR COMPARTIR ESTO





os 100 AÑOS CON NOSOTROS



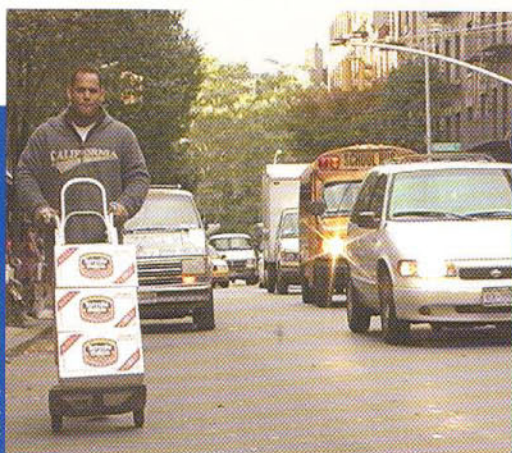
DISFRUTE MIENTRAS CONDUCE,
DE LO DEMÁS NOS OCUPAMOS NOSOTROS.



Santander
CONSUMER RENTING

santanderconsumer.es

GRUPO SANTANDER PRESENTE EN MÁS DE 40 PAÍSES



Distribución de nuestros productos en Nueva York

Los mercados internacionales disfrutan de la calidad de nuestros productos

Desde los años 90, Hijos de Rivera ha comenzado una creciente y exitosa expansión hacia nuevos mercados que va más allá de la geografía española y que supone hoy en día un 5% de la cifra de negocio. En la actualidad, ese esfuerzo se traduce en la presencia en 14 países con muchos de nuestros productos y las expectativas señalan que este proceso está sólo empezando.

Europa es el destino mayoritario de los productos de nuestra compañía tanto por razones de proximidad como por la tranquilidad y estabilidad que ofrecen sus economías y el sistema monetario común. Además, estos países cuentan con una cultura cervecera muy arraigada, por lo que reconocen la calidad de los productos de Hijos de Rivera a pesar de que el mercado es muy competitivo. En todos ellos se busca un servicio multiproducto que incluya agua, sidra, sangría y vino en la distribución, no sólo cerveza.

De entre los mercados europeos, es un ejemplo señalado Portugal, el único país extranjero que tiene su propia delegación comercial ya que cuenta con el mayor volumen de ventas. Actualmente, se distribuyen nuestros productos en todo el territorio portugués y los pronósticos indican que en 2006 se consumirán en el país vecino un millón de litros de nuestra cerveza y medio millón de sangría.

Otro ejemplo destacado es Estados Unidos, donde nuestras marcas están presentes ya en 23 estados de la mano de un operador local, situando a Hijos de Rivera como empresa cervecera española líder de exportación a este mercado.

El secreto del éxito

Múltiples razones pueden contribuir al éxito de nuestros productos en el extranjero además de su indudable calidad. Desde hace cuatro años, Hijos de Rivera cuenta con delegaciones comerciales en las islas españolas y el conocimiento que los turistas adquieren de nuestros productos en

su periodo vacacional ayuda a la posterior introducción de la marca en su país de origen. También la presencia de la compañía en las ferias más importantes del sector, en muchos casos de la mano del ICEX, ha dado resultados muy positivos que se han concretado en variedad de acuerdos comerciales.

De todas formas, los principales clientes de Hijos de Rivera en el extranjero están ligados en mayor o menor medida a la comunidad española residente en el país, con algunas excepciones como la multinacional de alimentación Wal-mart que cuenta con las cervezas 1906 y River Zero y con Cabreiroá dentro del abanico de productos que ofrece en sus establecimientos de México y Puerto Rico.

Los planes de la Delegación de Exportación de Hijos de Rivera, al frente de la que se encuentra Aya Sueiro, se enfocan a potenciar el mercado europeo y consolidarse en los países en los que ya estamos presentes, aunque siempre se mantiene la puerta abierta a nuevas oportunidades comerciales que puedan surgir ●



Aya Sueiro
Delegada de Exportación

PAÍS	CERVEZA	AGUA	SIDRA	SANGRÍA	VINO
Portugal	x	x		x	
Andorra	x	x	x	x	
Francia	x				
Suiza	x				x
Belgica	x		x		
Holanda	x				x
Inglaterra	x				
Alemania	x	x	x		
Dinamarca	x	x			
Australia	x	x		x	x
USA	x	x			x
Mexico	x	x			x
Japon	x				
Irlanda					x



Seguridad Alimentaria, una responsabilidad de todos

La seguridad de los alimentos se ha convertido en los últimos años en un requisito imprescindible para el consumidor y, a diferencia de otras características como el envasado, el precio o el tamaño, no es negociable y resulta una exigencia irrenunciable en cualquier sociedad desarrollada.

La seguridad alimentaria depende de los esfuerzos de todos los que participan en las distintas fases de la cadena productiva, desde el agricultor hasta el consumidor final. Es una responsabilidad compartida "del campo a la mesa", puesto que cada etapa influye en el ciclo total de producción.

Desde Hijos de Rivera, el compromiso de suministrar alimentos seguros se refuerza con la implantación de un sistema de seguridad alimentaria al amparo de la norma ISO 22000, referente internacional que pretende armonizar las variantes de control alimentario.

La norma ISO 22000 integra los principales sistemas utilizados por las organizaciones involucradas en la cadena alimentaria para garantizar la inocuidad de los alimentos que producen, como son:

- Los principios de análisis de peligros y puntos de control críticos, APPCC: sistema basado en la prevención que brinda un método sistemático para analizar los procesos de los alimentos, identifica los riesgos y establece los puntos de control críticos. Quiere evitar que el consumidor adquiera alimentos que no cumplen con las mejores prácticas de seguridad en su elaboración.

- Los prerrequisitos como procedimientos que controlan las condiciones internas básicas del establecimiento y proveen una plataforma para la producción segura de los alimentos. Como por ejemplo: buenas prácticas de higiene, distribución de áreas y equipo en la planta para prevenir la contaminación cruzada y programas de capacitación del personal ●

Los principales beneficios que se obtienen al implantar un sistema de gestión de seguridad alimentaria son:

1 Garantiza mejores prácticas de higiene y seguridad en la cadena alimentaria.

2 Con un enfoque preventivo, identifica y soluciona los peligros vinculados a la industria alimentaria.

3 Fomenta la inocuidad alimentaria permitiendo estar a la vanguardia de las exigencias del mercado internacional.

Estrella Excelente



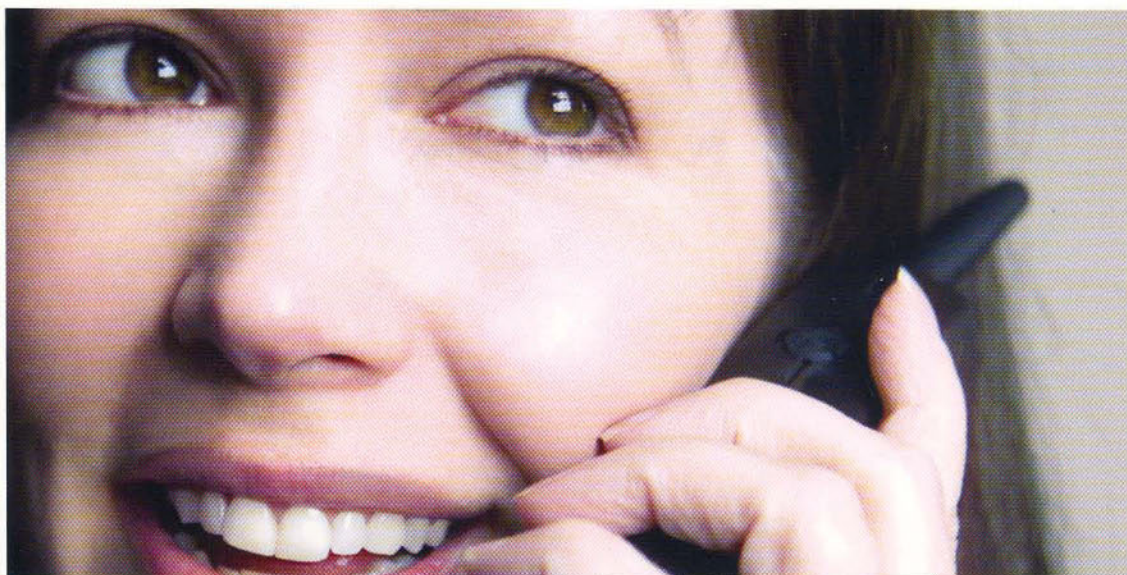
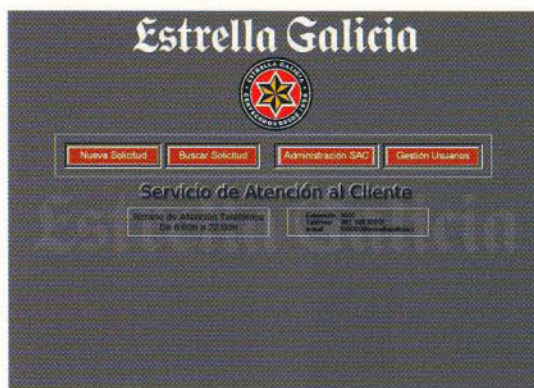
Servicio de Atención al Cliente: 902 1906 00

Hijos de Rivera enfoca todos sus esfuerzos hacia una mayor satisfacción de las necesidades de sus clientes

El cliente es clave para nuestra compañía. En esa línea, Hijos de Rivera integra su Servicio de Atención al Cliente que pretende canalizar de forma unitaria las sugerencias, solicitudes de información y reclamaciones que provienen de los clientes con el objetivo de conocer mejor sus necesidades, realizar un seguimiento y darles una respuesta precisa en un plazo concreto.

Este servicio tendrá como canal principal un número telefónico, el 902 1906 00, a través del cual se realizará un registro de todas las comunicaciones recibidas y se hará llegar cada caso al departamento o delegación correspondiente para su resolución.

El Servicio de Atención al Cliente quiere convertirse en una vía de comunicación adicional que nos proporcione información de primera mano sobre el grado de satisfacción de nuestros clientes y responda a sus inquietudes. Todo ello con vistas a una mejora continua de nuestros productos y servicios. De todos nosotros depende su éxito ●





Evaluación de Riesgos y planificación de la actividad preventiva en Hostelería

La Hostelería, considerada como una de las vertientes laboralmente más activas de nuestro país y de gran afinidad con Hijos de Rivera, es una actividad con gran frecuencia de accidentes. Por fortuna, en la mayor parte de las ocasiones son de consideración leve pero no dejan de ser motivo de interrupciones en el trabajo y bajas de corta duración. Para alcanzar una disminución de los accidentes es importante el desarrollo de la Prevención de Riesgos Laborales.

¿Qué es la evaluación de riesgos?

Es el proceso dirigido a estimar la magnitud de aquellos riesgos derivados del trabajo que no hayan podido evitarse, obteniendo la información necesaria para que el empresario esté en condiciones de

adoptar las medidas preventivas más adecuadas.

¿Para qué realizamos la evaluación de riesgos?

La evaluación de riesgos es el punto de partida de la acción preventiva en la empresa. Dificilmente podremos prevenir los riesgos si antes no intentamos detectarlos y valorarlos.

La evaluación de riesgos, además de ser una obligación legal para cualquier empresario, es el medio para controlar, disminuir o evitar daños a la salud derivados del trabajo.

¿Cómo se lleva a cabo la evaluación de riesgos?

Existen diferentes metodologías pero la aplicada con mayor frecuencia para pequeña y mediana empresa es la recomendada por el Instituto Nacional de Seguridad e Higiene.

Este proceso, en resumen, debe:

1º. Identificar los "peligros" inherentes a la realización de una tarea o conjunto de tareas.

2º. Estimar el riesgo en función de la probabilidad de que ocurra un accidente (baja, media, alta) y las consecuencias de que se materialice el peligro (ligera-mente dañinas, dañinas y extremadamente dañinas). Combinando estos dos factores, determinamos el grado de tolerabilidad del riesgo (Trivial, Tolerable, Moderado, Importante, Intolerable).

		CONSECUENCIAS		
		LIGERAMENTE DAÑINO-LD	DAÑINO-D	EXTREMADAMENTE DAÑINO-ED
PROBABILIDAD	BAJA-B	Trivial-T	Tolerable-TO	Moderado-M
	MEDIA-M	Tolerable-TO	Moderado-M	Importante-I
	ALTA-A	Moderado-M	Importante-I	Intolerable-IN

En necesario recordar que la Evaluación de riesgos es un proceso dinámico que requiere actualizaciones y revisiones periódicas, y siempre ha de reflejarse documentalmente

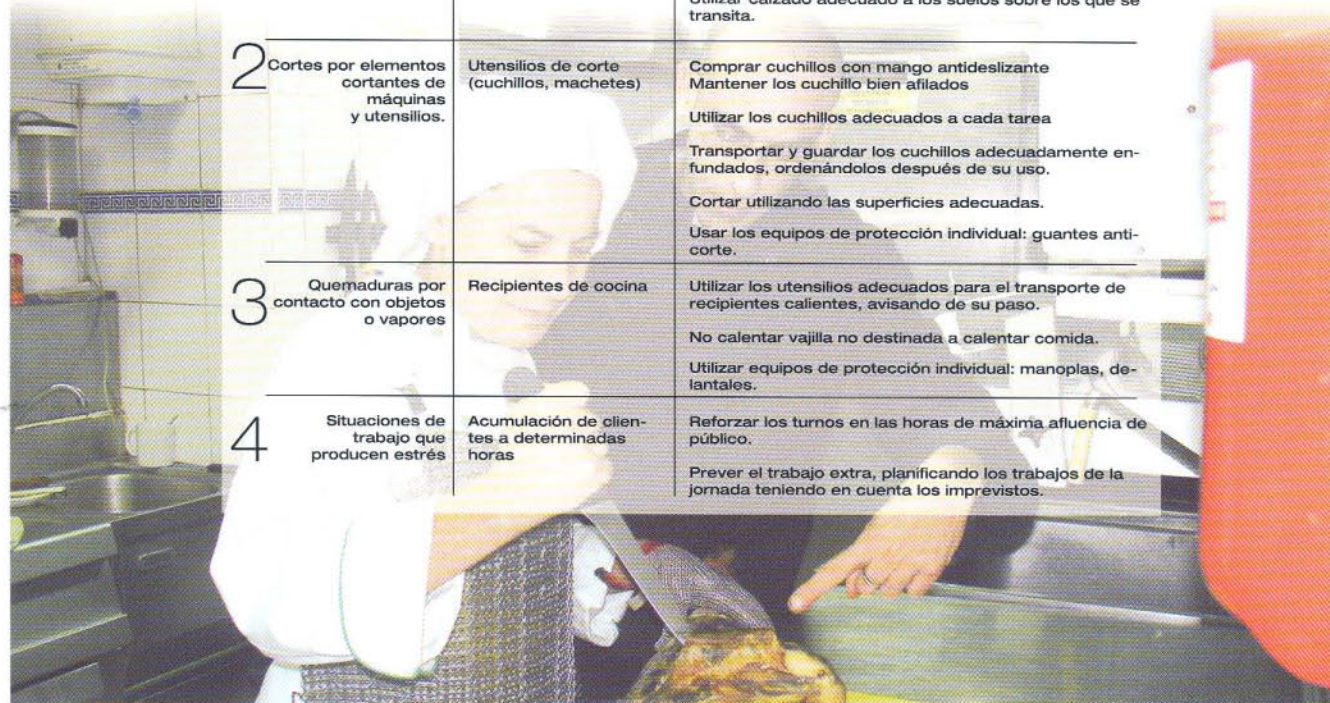
A continuación mostramos un ejemplo simplificado de identificación y evaluación de riesgos de algunos peligros frecuentes en el sector de la hostelería.

nº	PELIGRO IDENTIFICADO	FACTOR DE RIESGO	PROBABILIDAD			CONSECUENCIAS			ESTIMACIÓN DEL RIESGO					
			B	M	A	LD	D	ED	T	TO	M	I	IN	
1	Caídas al mismo nivel	Suelos sucios o resbaladizos		✓			✓					✓		
		Obstáculos en zonas de paso	✓			✓			✓					
		Falta de iluminación	✓			✓			✓					
2	Cortes por elementos cortantes de máquinas y utensilios	Picadoras, batidoras					✓			✓				
		Utensilios de corte (cuchillos, machetes)		✓			✓				✓			
		Latas, envases, vidrio roto												
3	Quemaduras por contacto con objetos o vapores	Recipientes de cocina		✓			✓					✓		
		Freidoras	✓				✓			✓				
		Hornos y fogones	✓				✓			✓				
		Vapores	✓				✓			✓				
4	Situaciones de trabajo que producen estrés	Jornada laboral excesiva	✓			✓			✓					
		Acumulación de clientes a determinadas horas		✓		✓					✓			
		Trabajos no planificados imprevistos	✓			✓			✓					

El resultado obtenido en la evaluación de riesgos ha de servir para definir y llevar a cabo las acciones necesarias para controlar, reducir o eliminar los riesgos detectados, priorizando aquellos estimados como Moderados, Importantes o Intolerables.

Estas acciones requerirán la asignación de unos recursos materiales, humanos y económicos así como unos plazos de ejecución. El fin es obtener un Plan de Actuación Preventiva encaminado a conseguir los objetivos propuestos y en el que se integrarán las medidas previstas de emergencia y vigilancia de la salud así como la formación e información de todos los trabajadores en materia preventiva

nº	PELIGRO IDENTIFICADO	FACTOR DE RIESGO	ACCIÓN REQUERIDA
1	Caídas al mismo nivel	Suelos sucios o resbaladizos	<p>Eliminar la suciedad, papeles, derrames, grasas, desperdicios.</p> <p>Limpiar con productos desengrasantes los derrames de aceites y grasas en general.</p> <p>Poner suelos fácilmente limpiables y antideslizantes.</p> <p>Utilizar calzado adecuado a los suelos sobre los que se transita.</p>
2	Cortes por elementos cortantes de máquinas y utensilios.	Utensilios de corte (cuchillos, machetes)	<p>Comprar cuchillos con mango antideslizante</p> <p>Mantener los cuchillo bien afilados</p> <p>Utilizar los cuchillos adecuados a cada tarea</p> <p>Transportar y guardar los cuchillos adecuadamente enfundados, ordenándolos después de su uso.</p> <p>Cortar utilizando las superficies adecuadas.</p> <p>Usar los equipos de protección individual: guantes anti-corte.</p>
3	Quemaduras por contacto con objetos o vapores	Recipientes de cocina	<p>Utilizar los utensilios adecuados para el transporte de recipientes calientes, avisando de su paso.</p> <p>No calentar vajilla no destinada a calentar comida.</p> <p>Utilizar equipos de protección individual: manoplas, delantales.</p>
4	Situaciones de trabajo que producen estrés	Acumulación de clientes a determinadas horas	<p>Reforzar los turnos en las horas de máxima afluencia de público.</p> <p>Prever el trabajo extra, planificando los trabajos de la jornada teniendo en cuenta los imprevistos.</p>





diez

años dando lo mejor de nosotros

1996 • 2006



serviguide

consultoría • innovación • externalización

www.serviguide.com

ESTRELLA
DE GALICIA



GISTE
CERVECERA S.L



Equipo
de Giste

Giste, maridaje de experiencias únicas

Giste Cervecería S.L.U. es una empresa de Hijos de Rivera que nace en 2001 con el objetivo de liderar un proyecto de expansión y posicionamiento de marca tanto en Galicia como en mercados estratégicos para el crecimiento de la compañía. Este objetivo se materializa a través de la apertura de cervecerías por toda la península bajo la marca Estrella de Galicia, creando y desarrollando un método propio de gestión hostelera. Manuel Rodríguez, Gerente de Giste, define el proyecto como "una empresa centrada principalmente en la satisfacción de los clientes, más que en la producción".

Giste ha creado dos marcas: "La Cervecería" y "Estrella de Galicia", cada una con sus propias características. La primera se corresponde a un lugar emblemático como es la cervecería de Cuatro Caminos en A Coruña, un modelo inigualable que forma parte de la historia de la ciudad y que no pretende expandirse. Por otra parte, la marca "Estrella de Galicia", punta de lanza de la expansión de Giste hacia mercados fuera de Galicia, cuenta ya con tres establecimientos en Madrid, Vigo y Ourense.

Todos los locales de la marca "Estrella de Galicia" cuentan con singularidades propias:

- La cerveza que sirven es una cerveza que llega fresca, en grandes tanques, y que no está pasteurizada, lo que le confiere un sabor único.
- Los locales son modernos y con un toque vanguardista.
- Transmiten una imagen de Galicia moderna, emprendedora y de calidad, sin desprenderse de sus orígenes impregnados de naturaleza y tradición.
- La oferta gastronómica se fundamenta en la cocina típica gallega llevada al consumidor de una forma original, dinámica, innovadora y con garantía de calidad en su materia prima, por supuesto siempre de origen gallego.
- Se dirigen a un público plural y cosmopolita, sin renunciar a otro target menos específico.
- Los establecimientos crean ambientes para disfrutar de todo tipo de momentos, no siempre dirigidos a la gastronomía sino también a la cultura, la música, el ocio...

El año 2005 ha sido clave para Giste. La empresa ha alcanzado una facturación de 4 millones de euros, entrando por primera vez desde su creación en beneficios. También hay que destacar el esfuerzo realizado en la reorganización de la estructura de mando en las cervecerías y la central corporativa y, muy especialmente, la unificación del concepto Estrella de Galicia en los tres locales. En la actualidad, el personal de Giste alcanza las 90 personas y se espera que en el próximo año esta cifra se incremente hasta 130.

Durante este año, dos nuevas cervecerías se unirán a Giste. En abril se inaugurará un local en León y a lo largo del primer semestre del año abrirá sus puertas otro establecimiento en Castilla y León o Asturias. Este crecimiento será paralelo al desarrollo de una nueva línea de negocio: consultoría y formación. Este proyecto quiere ofrecer asesoramiento a las cervecerías asociadas, abarcando temas que van desde la gestión de los locales, la formación del servicio o la gastronomía.

Los objetivos para los próximos años señalan una consolidación de los locales existentes, la apertura de nuevos centros en la zona de Madrid, y un desarrollo de la línea de consultoría y formación así como una expansión a las cervecerías asociadas como soporte al departamento comercial. Todo ello, sin perder la referencia que marca su origen cervecero y que busca "maridar" locales de último diseño con excelente calidad gastronómica y, por supuesto, la cerveza por excelencia, Estrella Galicia ●



Cervecería
"Estrella
de Galicia"
de Vigo



ESTRELLA POR DENTRO

Ramón Villares



Nacimiento: 1951
Lugar: Villalba (Lugo)
Disciplina: Historia

Ramón Villares es uno de los historiadores más prestigiosos de Galicia. Doctor en Historia desde 1980, es catedrático de Historia Contemporánea en la Universidad de Santiago, de la que fue Rector Magnífico entre 1990 y 1994.

Miembro electo de la Real Academia Galega desde el pasado septiembre, es miembro fundador de la Asociación Española de Historia Contemporánea y Director en Galicia de la Universidad Internacional Menéndez Pelayo. Pertenece a los patronatos del Museo do Pobo Galego, la Fundación Luis Seoane y la Fundación Otero Pedrayo, además de ser miembro del Consello da Cultura Galega, donde coordina el Archivo de la Emigración y la sección de Cultura Galega no Exterior.

Especializado en historia agraria, historiografía e historia general de Galicia, ha impartido múltiples conferencias en universidades y centros de investigación de todo el mundo y es autor de más de 70 publicaciones. Entre ellas destacan *La propiedad de la tierra en Galicia, 1500-1936*, *Galicia. A Historia* y *Figuras da nación*, así como *Breve Historia de Galicia y Galicia. Siglo XX*.

Villares reivindica la gran importancia y trascendencia que tiene la Historia en las sociedades actuales. Según sus propias palabras: "sin conocimiento del pasado, sin memoria colectiva, sin conciencia de ser obra de nuestros antepasados, no tendremos porvenir". Desde su punto de vista, "el pasado es un país donde acontecen más cosas de las que parece y en el que se libran constantes batallas".

Multitud de reconocimientos respaldan la actividad de Ramón Villares y su prestigiosa trayectoria resulta inmejorable para elaborar el libro que le ocupa en la actualidad y que tendrá una gran trascendencia para nuestra compañía *Unha empresa. Un século. Cen anos de La Estrella de Galicia* ●





Trébore, artífice del diseño de Mundo Estrella

Detrás de esta revista se encuentra un amplio grupo de personas de Hijos de Rivera que colaboran transmitiendo sus conocimientos y opiniones. Pero es necesario destacar que, para que esta publicación salga a la luz, contamos con la importante colaboración de Trébore, una Empresa de Economía Social que abarca entre sus actividades la de maquetación y diseño gráfico.

Trébore es una iniciativa empresarial de la Fundación Paideia, creada como alternativa para la capacitación y empleo de personas con discapacidad o en riesgo de exclusión social, con el objetivo de mejorar su papel representativo en la sociedad. La empresa comercializa directamente productos y servicios, ofreciendo espacios laborales que potencien el desarrollo integral de los trabajadores y que se complementen con labores de apoyo y orientación.

Desde Hijos de Rivera consideramos que el resultado del trabajo de Trébore en el diseño de esta revista es excelente, múltiples opiniones así lo avalan, y deseamos que nuestra colaboración sea cada día más amplia y fructífera ●



Equipo de trabajo de Trébore diseño

La Fundación Adcor, colaboradora de Hijos de Rivera



Personal de la Fundación Adcor en Pocomaco

La Fundación Adcor fue la empresa encargada del manipulado de los lotes de Navidad que todo el personal recibió a finales de diciembre. Un grupo de empleados de dicha institución desarrolló durante varios días su labor en la Delegación Comercial de Pocomaco con el objetivo de que todos pudiésemos disfrutar de la esperada cesta navideña a tiempo.

La Fundación Adcor fue creada en 1996 con el objetivo de conseguir la integración social y laboral de las personas mayores de 16 años con discapacidad intelectual y/o plurideficiencia y apoyar a sus familias. La Fundación está regida por un patronato del que forma parte desde sus inicios D. José María Rivera como vocal y representante de Hijos de Rivera, haciendo patente la implicación y el apoyo que desde siempre se ha prestado por parte de nuestra compañía a esta institución.

Son múltiples las actividades y servicios que desde la Fundación se ofrecen a las personas con discapacidad y abarcan desde la información, asesoramiento especializado y formación, a programas de rehabilitación, empleo, vivienda y ocio. El resultado de esta labor se traduce en talleres en los que se llevan a cabo trabajos de manipulado, encuadernación o tratamiento de cuero; algo que convierte a la Fundación Adcor en un proveedor y colaborador excelente para nuestra compañía ●

Estrella Galicia apoya a la AECC

Estrella Galicia fue uno de los colaboradores principales en la exposición solidaria que un grupo de anticuarios celebró en el Hotel Meliá María Pita de Coruña a beneficio de la Asociación Española Contra el Cáncer y la Hospitalidad de Nuestra Señora de Lourdes. El rastrillo, que abrió sus puertas el 3 y 4 de diciembre, incrementa sus participantes en cada una de sus ediciones y se ha convertido en una cita obligada para los amantes de las antigüedades de la ciudad ●



Stand de Estrella Galicia

Nueva York

Ciudad de acogida



La Estatua de la Libertad es una creación del escultor Frédéric-Auguste Bartholdi y fue obsequiada por el pueblo de Francia a la ciudad de Nueva York con motivo del centenario de la independencia de los Estados Unidos en 1886. Se considera el regalo más costoso de la historia.

Se construyó en París con una estructura central metálica diseñada por Gustave Eiffel; luego fue desmontada y enviada por barco hasta América. Mide alrededor de 46 metros de altura y pesa 225 toneladas.

Muchos visitantes de todo el mundo consideran a Nueva York su ciudad favorita de los Estados Unidos, y quizá no les falta razón.

Muy pocas ciudades pueden compararse a Nueva York con su combinación de cultura, clase y esa actitud de poder hacer de todo, como visitar un museo importante por la mañana, ver un espectáculo de Broadway por la tarde y bailar toda la noche en un club exclusivo.

No existe nada más grande que la Gran Manzana, que tiende a autoproclamarse como Capital del mundo. Nueva York es una masa compacta y densa de seres humanos: unos 8 millones de habitantes en 800 km². En ella se puede encontrar la

más variada mezcla de nacionalidades. Algunos vecindarios tales como Chinatown, Little Italy y el Spanish Harlem todavía reflejan la rica herencia de los países originales de sus habitantes. La convivencia de tantas personas viviendo una encima de otra convierte a los neoyorquinos en gente muy especial. Aunque sea muy difícil de descubrir, el origen del zumbido en el ambiente de Nueva York es la hiperactividad frenética de su población que se convierte en un atractivo añadido para el visitante.

POSIBILIDADES DE OCIO INFINITAS

Nueva York es el paraíso para los compradores, con una inagotable variedad de selecciones; casas de alta costura, tiendas de bajo costo y exclusivas boutiques. Aquí puede encontrar todo lo que busque. Sólo Macy's Herald Square, la tienda de departamentos más grande, tiene 10 pisos y medio millón de artículos a la venta. La Quinta Avenida, Columbus Circle, Times Square, el Soho o Chinatown son lugares famosos para las compras que ningún visitante suele perderse.

A los amantes de las artes les será casi imposible poder ver en sólo unos días los cientos de museos, entre ellos el Museo de Arte Metropolitano, el Museo Solomon R. Guggenheim y el Museo Americano de Historia Natural.

En cuanto a la escena teatral, Nueva York cuenta con multitud de opciones que abarcan desde el tea-



VIAJES



Central Park



Característicos taxis neoyorkinos

tro experimental hasta la ópera, el ballet o el jazz, que podemos encontrar en emblemáticos clubs nocturnos de barrios como Harlem. Pero las luces más deslumbrantes brillan en Broadway, donde podemos encontrar a muchos artistas de Hollywood iluminando las marquesinas, dando esplendor a la capital mundial de la comedia musical.

Se dice que Nueva York nunca duerme. Las opciones de entretenimiento nocturno son tan diversas que la ciudad tiene tanta vida de noche como de día. Para cenar es un ejemplo inigualable de diversidad cultural, convirtiéndose en un referente de nuevas tendencias culinarias. Se jacta de contar con más de 18.000 restaurantes que sirven cocina autóctona de los cinco continentes, a precios que se acomodan a todos los bolsillos.

Los fanáticos de los deportes lo tienen todo en Nueva York. Equipos como los Yankees, los Mets, los Knicks, los Giants y los Rangers, sin dejar de mencionar el torneo abierto de tenis de Estados Unidos o su famosa Maratón anual. Los neoyorkinos son fanáticos deportivos, aquí encontrará gente patinando o en bicicleta, cargando una raqueta o palos de golf o escalando una roca en la ciudad con más parques de Estados Unidos.

MÁS ALLÁ DE MANHATTAN

La ciudad de Nueva York está situada en la Costa Este de los Estados Unidos, en la desembocadura del río Hudson. Hasta 1898, la ciudad estaba formada únicamente por Manhattan a la que ese año se unieron los condados de Brooklyn, Queens, Bronx y Staten Island, quedando configurada como la conocemos en la actualidad.

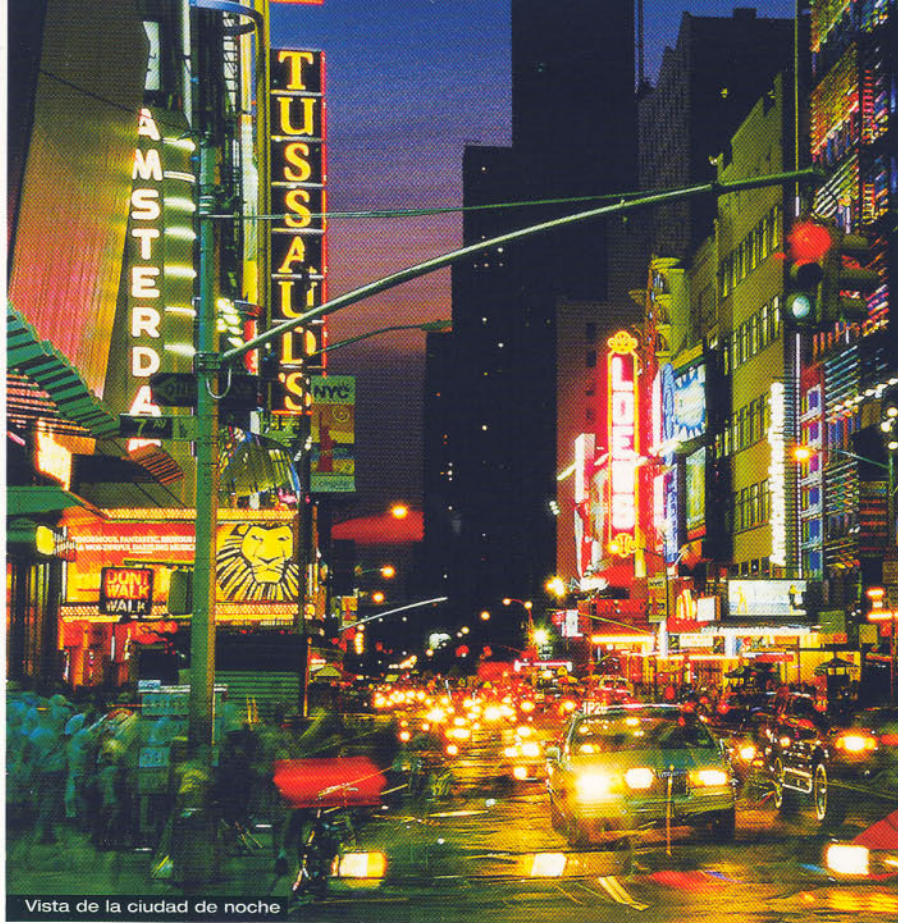
La isla de Manhattan es la parte más antigua y acoge el corazón financiero de la ciudad, así como los mayores atractivos turísticos. Millones de visitantes se pasean a diario por la Quinta Avenida, Central Park, Broadway, Chinatown, Tribeca, Harlem o el Soho. Aquí podemos encontrar emblemáticos edificios como el New York Stock Exchange, el Empire State Building, el Rockefeller Center o el Museo Guggenheim.



Broadway es la meca de la comedia musical

El Bronx tiene más parques que cualquiera de los otros condados, un zoológico mundialmente famoso, mansiones majestuosas, lugares históricos, una pequeña Italia, playas y una isla con reminiscencias de un pueblo pesquero de Nueva Inglaterra.

Sus magníficos arcos góticos gemelos hacen del Puente de Brooklyn una de las atracciones más reconocidas. Puede cruzarse a pie y admirar la espectacular vista de la ciudad para después explorar este populoso distrito, que cuenta con un famoso Jardín Botánico, además del histórico parque de atracciones de Coney Island con su paseo a lo largo de la playa.



Vista de la ciudad de noche



Queens, bautizado así en honor a la reina Catherine de Braganza, es el hogar de centros de arte, campos deportivos, lugares históricos de la Guerra Revolucionaria, el famoso globo terráqueo de metal - el Unisferio - y la población más diversa del mundo, con barrios sudamericanos, indios, griegos, chinos e irlandeses, por nombrar sólo algunos.

El transbordador o 'ferry' a Staten Island es una atracción turística de por sí, que permite observar unas vistas increíbles de Manhattan y la Estatua de la Libertad. Este distrito cuenta con lugares históricos y miles de hectáreas de parques y playas.

Ninguna otra ciudad está diseñada para explorar con tanta facilidad. Si opta por caminar, podrá admirar la visión de los planificadores de la ciudad, quienes en 1811, construyeron las calles formando un patrón realmente fácil de navegar. Es difícil despistarse, aunque en realidad a muchos les gustaría perderse entre las luces de la Gran Manzana ●

LA GRAN MANZANA

En inglés, Big Apple es el sobrenombre más conocido de la ciudad de Nueva York. El término se hizo popular en los años 20 gracias al cronista deportivo John J. Fitz Gerald (New York Morning Telegraph) quien escuchó cómo lo usaban los mozos de cuadra para referirse al hipódromo de Nueva York. Le gustó tanto la expresión que llamó a su columna hípica *Sobre la Gran Manzana*.

Durante la década de los años 30, era utilizado por los músicos de jazz, para los que tocar en Nueva York suponía su máximo objetivo: "son muchas las manzanas que tiene el árbol del éxito, pero Nueva York es la Gran Manzana".

No fue hasta 1971 cuando este sobrenombre se hizo famoso en todo el mundo por una campaña turística que realizó la ciudad.

Donde tomarse una Estrella



Spain Restaurant & Bar
113 West 13rd Street
New York
Tel.: (212) 929-9580

NEGOCIOS *o* placer



Avda. Primo de Rivera, 3
15006 La Coruña (España)
viajesorzan.com

Telf. 34 981 169 191
Fax. 34 981 247 908
viajesorzan@viajesorzan.com

miembro de :
 Travel
Advisors



viajes orzán

viajesorzan.com



ORZAN CONGRES
todos los detalles cuentan

Congresos | Convenciones | Reuniones | Simposios

Avd. Primo de Rivera, 11-2º Izda.
15006 La Coruña (España)

Telf. **34 981 900 700**
Fax. **34 981 152 747**

ORZAN CONGRES es MIEMBRO de :





Gran Final del Circuito de Golf Estrella Galicia



D. José María Rivera acompañado por los ganadores del Torneo de Golf



Cena en Cuatro Caminos

El Club de Golf de A Zapateira fue el escenario de la gran final del Circuito Estrella Galicia que tuvo lugar el pasado 15 de octubre. El evento reunió en A Coruña a los ocho jugadores clasificados en cada una de las pruebas del circuito (celebradas en Santiago, León, Valladolid, Arteixo, Vigo, Meis, A Toxa,

Lugo, Ourense y A Coruña), en total ochenta participantes.

La noche previa a la prueba, todos los participantes y sus acompañantes realizaron una visita a las instalaciones de fábrica y posteriormente celebraron una cena en la cervecería de Cuatro Caminos ●

Coruña
2005
Extreme
Festival

Pádel Tour Estrella Galicia en Vigo



El Pádel Tour Estrella Galicia desbordó todas las expectativas de participación en Vigo y contó con más de 80 parejas en la competición. El Club de Campo de la ciudad acogió entre el 2 y el 8 de octubre a jugadores y aficionados que disfrutaron de un alto nivel de juego ●

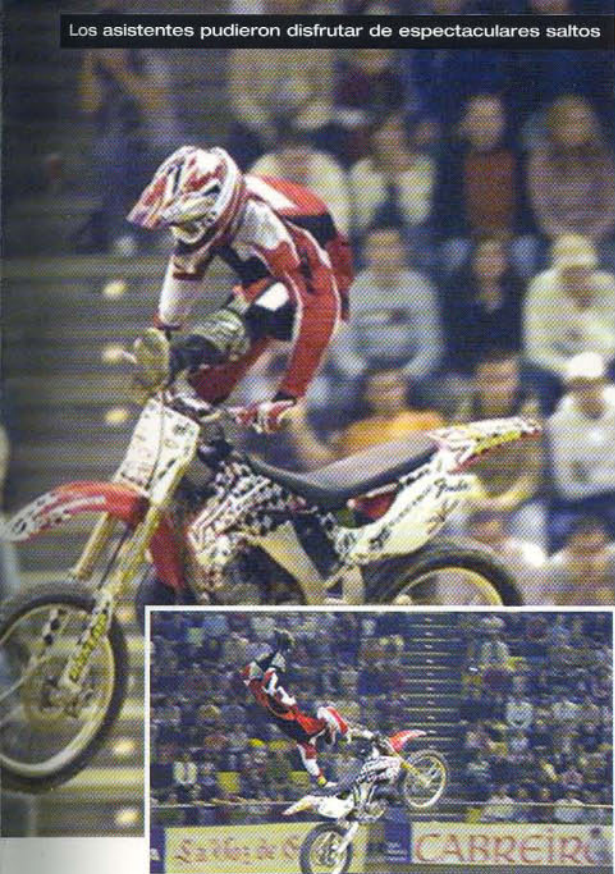
Club de Campo de Vigo durante la competición



Uno de los participantes preparándose para la carrera

Campeonato de España de Quads

Lalín acogió la sexta prueba del Campeonato de España de Quads. El circuito de Rodeiro, 100 metros diseñados para dar espectáculo al máximo, consiguió llevar hasta el límite la resistencia de los pilotos, convirtiendo a Lalín en la prueba más dura del Campeonato 2005. Cabreiroá quiso apoyar con su presencia a este deporte que cada vez cuenta con un mayor número de aficionados ●



Un numeroso público acudió al Coliseum de Coruña el pasado 1 de octubre para presenciar el Concurso Internacional de Saltos de Motocross Freestyle que se celebraba por primera vez en la ciudad. Varios de los mejores pilotos del mundo se dieron cita para desafiar a la gravedad con sus motos alcanzando espectaculares saltos hasta de 15 metros de altura y 25 metros de longitud. Cabreiroá fue uno de los patrocinadores principales de este evento que contó con una afluencia masiva de aficionados ●

Presencia en Ferias

Nuestras marcas cuentan con una destacada representación en las ferias más importantes del sector. En los últimos meses, Hijos de Rivera ha acudido con su propio stand a Anuga, exhibición celebrada en octubre en Alemania, y al Salón Internacional del Vino de Madrid que tuvo lugar a finales de noviembre ●



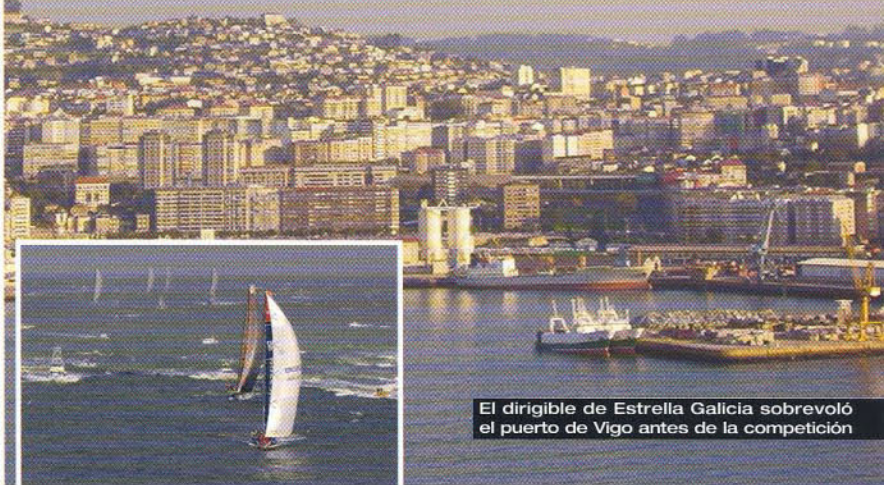
Stand de Estrella Galicia en la Feria Anuga de Alemania

Un millón de personas despiden a la Volvo Ocean Race en Vigo

El Rey Juan Carlos dio el pasado 12 de noviembre la salida oficial a la Vuelta al Mundo de Vela. Desde la ciudad de Vigo, la regata recorrerá más de 31.000 millas náuticas en los más de 200 días de navegación que afrontarán los siete barcos que toman parte en la competición. Centenares de embarcaciones civiles y militares, entre ellas el portaaviones «Príncipe de Asturias», y un millón de personas despidieron a los participantes desde los muelles de la ciudad.



Estrella Galicia no quiso perderse este acontecimiento histórico para los deportes náuticos en España y estuvo presente tanto en un stand ubicado en el puerto deportivo como con su recién estrenado dirigible, que sobrevoló la ciudad ante la expectación de los asistentes ●



El dirigible de Estrella Galicia sobrevoló el puerto de Vigo antes de la competición

Copa Ibérica Cabreiroá de Beneteau 25



Entrega de premios a los vencedores



Copa Ibérica Cabreiroá de Beneteau 25

La Alcaldesa de Vigo, Dña. Corina Porro, presidió la entrega de premios de la Semana del Atlántico, celebrada del 3 al 6 noviembre, que en esta edición batió todos

los records históricos de participación. El patrón portugués Diogo Cayolla al mando del "Alpha Rotes" logró la victoria en la Copa Ibérica Cabreiroá de Beneteau 25, cerrando la semana de regatas organizada por el Real Club Náutico de Vigo, que este año celebra su Centenario ●

Concierto presentación de **CASA LIMÓN**

Las voces de Concha Buika, La Negra y Carmen Cortés, la armónica de Antonio Serrano, la guitarra de Niño Josele y la trompeta de Jerry González celebraron el nacimiento del sello discográfico Casa Limón, en un concierto que recorrió desde el bolearo y el jazz al tango o el flamenco.

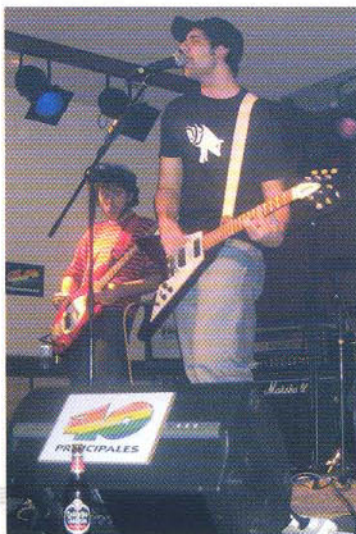
El evento se celebró en el Nuevo Teatro Alcalá de Madrid el 17 de octu-

bre y contó con la asistencia de las personas más destacadas en el ámbito cultural, musical y artístico de la capital. Un acontecimiento social único en el que tuvo una presencia destacada Estrella Galicia, que ha apostado desde el principio por este ambicioso proyecto musical que pretende "visitar la tradición desde la vanguardia" ●



5ª edición de los Premios de la Música en Galicia

La Sala La Fábrica de Chocolate Club de Vigo fue el escenario perfecto para la entrega de la 5ª Edición de los Premios de la Música Maketon Estrella Galicia el pasado 23 de diciembre. Los numerosos asistentes pudieron presenciar la actuación en directo de artistas como Ragdog y Mon, que quisieron apoyar con su música a los premiados. Entre los ganadores, se encontraban Iván Ferreiro - Premio al Mejor Disco, El Cubo - Premio al Mejor Directo, Xosé Manuel Budiño - Premio a la Trayectoria Musical, y DJ Botz-Flydrums como Premio "Especial" de la Música Maketon Estrella Galicia 2005. La estatuilla que se entregó como premio es un diseño exclusivo del prestigioso artista Gonzalo Dapresa, escultor y guitarra de The Killer Barbies. La idea se basa en la espuma de la cerveza Estrella Galicia, que asciende en forma de guitarra invertida ●



981festival SON ESTRELLA GALICIA

El pasado 28 de Octubre el Playa Club de Coruña acogió el 981 Festival Estrella Galicia. En un solo día y durante más de 9 horas, el público pudo disfrutar de algunos de los artistas más interesantes dentro del panorama nacional e internacional. Una jornada de "Music Non Stop", con cuatro diferentes espacios, más de 20 artistas y la primicia de incluir por primera vez la alta gastronomía dentro de un festival de música ●



SON ESTRELLA GALICIA



tú sí que tienes
estrella

Nuestra revista Mundo Estrella es fruto del trabajo y la implicación de muchos empleados de Hijos de Rivera y sabemos que la única forma de que tenga éxito es con tu colaboración. Por eso te pedimos que nos envíes todas aquellas cartas, comentarios, opiniones o artículos que te gustaría que se publicasen

Anímate a participar

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

¿Engorda la cerveza?

La caída de un falso mito

En los últimos años se han desterrado una serie de prejuicios y tópicos como es el pensamiento de que la cerveza engorda o que es responsable de la denominada "curva de la felicidad".

Numerosas investigaciones confirman que el consumo moderado de cerveza no altera la masa corporal ni el peso. Asimismo, se ha descubierto que el causante de la dichosa "curva" es una variante genética cuyos portadores tienen tendencia a desarrollar grasas abdominales, si bien las personas que siguen una dieta equilibrada y realizan ejercicio no llegan a desarrollarla.

La aportación calórica de la cerveza es muy inferior a la de otras bebidas alcohólicas (una caña de 200 ml. aporta 90 Kcal.) y similar a la de bebidas refrescantes a base de cola o extractos de fruta. En definitiva, la cerveza es una bebida compuesta por cuatro ingredientes naturales, con bajos niveles de alcohol y nada de materia grasa.

Energía Kcal/100 gr

Aguardiente	280
Ginebra, ron, whisky	244
Batido cacao	100
Vino de mesa	60-80
Gaseosas, colas refrescos	48
Cerveza	45
Sidra	40

En todo caso, la cerveza siempre debe consumirse con moderación y respetarse el principio de una alimentación sana y equilibrada, que aporte todos los principios nutritivos necesarios para satisfacer las necesidades metabólicas ●



Secreto de Cerdo Iberico con tempura de Verduras a la Cerveza y mermelada de tomate



INGREDIENTES (por persona):
Secreto de cerdo ibérico: 180 gr
Cebolla mediana: 1/4 un
Tomate pequeño: 1 un
Espárrago triguero fresco: 1 un
Pimiento rojo: 1/4 un
Pimiento verde: 1/4 un
Zanahoria mediana: 1/4 un
Berenjena mediana: 1/4 un
Calabacín mediano: 1/4 un
Harina de trigo: 1 vaso
Cerveza Estrella Galicia Especial: 1/2 vaso
Azúcar moreno: 1/2 Azucarillo
Sal y pimienta negra: c.s.
Aceite de oliva virgen: c.s.
Queso parmesano rallado: 1 cucharilla
Zummo: 1/4 limón
Jengibre: 1 nuez (3 gramos)
Salsa de soja: 1 chorrito



PREPARACIÓN:

Ponemos a macerar EL SECRETO con el jengibre muy picado, la salsa de soja y un poco aceite de oliva durante unas 2 horas. Este maceramiento le dará un toque oriental (fresco y potente con el jengibre y tostado-salado de la salsa de soja). Reservamos. Pelamos LOS TOMATES y los despepitamos con una cucharilla. Cortamos la carne limpia en cuadrados pequeños y lo más iguales posible. Ponemos en una sartén a fuego fuerte y lo salteamos con un poco de aceite de oliva. Aliñamos con sal, pimienta negra y un poco de azúcar moreno.

La MASA DE FRITURA para las verduras la haremos mezclando la harina con el queso parmesano bien rallado. Le añadimos los cubitos de hielo y la cerveza bien fría removiendo con una varilla de cocina hasta que nos quede una masa sin grumos, cremosa y muy fría. Cuanto más espesa quede, más masa irá en los fritos, aunque debe ser un rebozado ligero.

La ZANAHORIA Y LOS ESPÁRRAGOS TRIGUEROS los limpiamos y cortamos con un pelador de patatas en lonchas finas (a lo largo). Los salpimentamos y los enharinamos ligeramente. Los freímos a una temperatura media (si lo ponemos muy fuerte se quemarán y pretendemos que queden muy crujientes). Ecurrimos en papel absorbente de cocina y reservamos.

LA CEBOLLA, EL PIMIENTO, EL CALABACÍN Y LA BERENJENA los limpiamos y cortamos en tiras finas (Juliana). Los salpimentamos y los introducimos en la masa de fritura. Ponemos a freír las verduras empapadas en masa de fritura

en abundante aceite bien caliente (175° C) hasta que esté bien frito. Ecurrimos en papel absorbente y reservamos.

PRESENTACIÓN:

Hacemos el secreto en la plancha por los dos lados con un chorrito de aceite. Acabamos en el horno a unos 175°C entre 4 y 10 minutos (según el punto deseado). Cortamos en triángulos y presentamos en un plato grande. Presentamos el tomate con un molde redondo y le colocamos las verduras fritas encima, lo disponemos al lado de la carne como si se tratara de una ensalada, pero de fritos. Decoramos con un poco de salsa de soja y aceite de la fritura del tomate.

MARIDAJE:

Este plato marida mucho mejor con cerveza que con otras bebidas. La fuerza de la carne y los aromas orientales proporcionados por la salsa de soja y el jengibre, además de su guarnición de verduras, lo hacen compañero idóneo para una Estrella Galicia Especial. El toque de tomate ácido ayuda a la cerveza a refrescar el plato confiriéndole un matiz muy de nuestra tierra.

En este caso lo acompañamos con cerveza Estrella Galicia Especial, dado que sus matices lupulados aportan un amargo que falta en el plato y que forma una combinación perfecta. A su vez, el carbónico de la cerveza nos refresca la boca para poder degustar esta carne y su acompañamiento de fritos hasta el punto de parecer hechos el uno para el otro.

Espero que lo disfrutéis



Manuel Jesús Calvo Vilar
Jefe de cocina
Cervecería Estrella de Galicia Vigo
Giste Cervecera.

I Guerra Mundial: la dificultad agudiza el ingenio

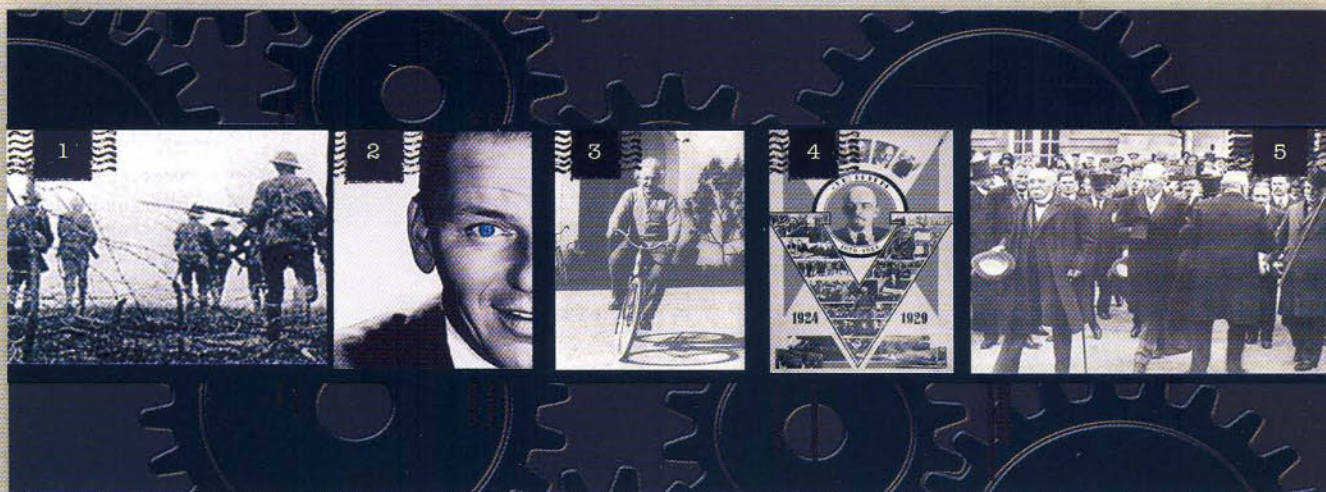
La I Guerra Mundial y la posguerra paralizaron en cierta medida algunos de los proyectos de nuestro fundador, D. José María Rivera Corral. La pesca de altura se detuvo y cayeron las ventas de agua y de hielo por el escaso movimiento portuario. Por otra parte, la demanda de cerveza se empezó a incrementar entre las clases medias pero la imposibilidad de importar tecnología y, sobre todo, lúpulo repercutió en el negocio cervecero. Para responder a esta situación, D. José María Rivera impulsó la primera producción de lúpulo que se realizó en Galicia con la ayuda de la Granja Agrícola-Experimental de Coruña.

A partir de esta época, D. José María convirtió la cerveza en su principal apuesta manteniendo la producción de hielo y agua y desvinculándose definitivamente de sus intereses ligados directamente al mar. En 1914 se inició también en la fabricación de bebidas gaseosas mientras reforzaba su presencia en el mercado del puerto coruñés a través del hielo y el agua ●



Plantación de Lúpulo en Betanzos

También en esos años



1914- Asesinato del archiduque Francisco Fernando, heredero del trono austrohúngaro, en Sarajevo que da lugar al comienzo de la I Guerra Mundial¹. Se abre al tráfico el Canal de Panamá.

1915- Nacen Santiago Carrillo, Orson Welles, David Rockefeller, Augusto Pinochet y Frank Sinatra².

1916- Comienza la Guerra de la Independencia de Irlanda. Einstein³ presenta la Teoría de la Relatividad. Nacen Camilo José Cela y François Mitterrand. Fallece Grigori Rasputin.

1917- Se forma un gobierno revolucionario en Rusia bajo el liderazgo de Lenin⁴. Nacen John Fitzgerald Kennedy y Indira Gandhi.

1918- Una epidemia de gripe mata a 20 millones de personas en todo el mundo. Se declara la independencia de Polonia, Hungría, Finlandia, Estonia, Lituania, Letonia y Checoslovaquia. Nace Nelson Mandela.

1919- Se firma el Tratado de Versalles⁵ que pone fin a la I Guerra Mundial. Nace la Sociedad de Naciones. Se funda el Partido Socialista Alemán de los Trabajadores de Adolf Hitler. Fallecen Theodore Roosevelt y Emiliano Zapata.



Julio laura azur javier maria benito esteban pablo marta lois breogán julia alitia in neo monica florencio diego jacob o iria marta
patriz carlos forena mar alberto josé carmen vanesa juan marisa arnando dauro rosa ana pedro flores gaspar cristina manuel
adrián mercedes alejo maite laura alejandro lola luisa ángel ramón
carlo alvaro elbardo jaim e elisa santia

CORPORACIÓN CAIXA GALICIA
CAMPEÓN TRES AÑOS CONSECUTIVOS
DE LA COPA DEL REY DE VELA

Eres nuestro mayor impulso.

Sin tu ilusión, tu confianza y tu espíritu ganador, no habríamos llegado tan lejos.

Gracias a ti y a más de dos millones de clientes, por ser la fuerza que nos mueve.



GALICIA NAVEGA
VUELTA AL MUNDO A VELA 2005-2006



