



mundo estrella



JUNIO 2007 - Nº5

**Especial
FERIAS**

**Personaje Estrella
JAVIER VEIGA**

**Viajes
ZURICH**

**Música
LA TIERRA DEL AGUA**

actualidad * tendencias * eventos * viajes * gastronomía



902 1906 00
Atención al cliente



**Estrella
Galicia**

En Hijos de Rivera enfocamos todos nuestros esfuerzos hacia el cliente y una mayor satisfacción de sus necesidades. En línea con esta idea, integramos el Servicio de Atención al Cliente que pretende canalizar todas sus sugerencias, solicitudes de información y reclamaciones con el objetivo de conocer mejor sus necesidades, realizar un seguimiento y darles una respuesta precisa en un plazo concreto.

El Servicio de Atención al Cliente establece una vía de comuni-

cación adicional, que estará a su disposición durante las 24 horas del día para recoger todas sus inquietudes, proporcionando un canal unitario y eficaz para su resolución.

Con este Servicio, Hijos de Rivera da un paso más allá en el compromiso con la calidad de nuestros productos y servicios. Nuestro objetivo es superarlos cada día y contamos con todos nuestros clientes para conseguirlo.

Atención al CLIENTE,
nuestra **prioridad**



Quiero orientar este editorial hacia la Innovación.

La verdad es que no he podido elegir peor momento de "inspiración" que la sobremesa de un vuelo Madrid - Estambul, pues tengo la sensación de vivir prisionero de un momento atemporal, mecánicamente repetido en miles de ocasiones durante muchos años y absolutamente previsible en todo su desarrollo...Una fría azafata me retira la bandeja de un almuerzo tan bien descrito en el menú como mal elaborado, acompañado de una oferta de bebidas inalterada en el tiempo. Bebo una cerveza con fecha de consumo preferente vencida, además de un agua mineral cuyas características desconozco, servida "a granel" en vaso de plástico directamente de la botella de 1.5 L.



Afortunadamente estoy a 8.000 pies de altitud y en aproximadamente una hora llegaré al "Planeta Tierra", donde habitan personas que pueden elegir y exigir que les sorprendan todos los días, así como empresas que nos preocupamos proactivamente por intentar sorprender antes de que lo haga nuestro vecino y competidor.

Orientamos nuestros negocios hacia la Innovación como base de la competitividad y el crecimiento, pues somos conscientes de que haciendo siempre lo mismo sólo obtendremos lo mismo de siempre...como máximo.

Innovar no significa dismantelar los fundamentos y valores de nuestra Compañía, sino reforzarlos, formando parte de ellos. Pero lo más importante consiste en que no es una opción para nosotros, sino una permanente exigencia de nuestros clientes.

La innovación por tanto no es una estrategia de empresa, es una Cultura.

Estoy convencido que en el vuelo de vuelta volveré a la misma sensación de que nada ha cambiado en 10 años. ¿Ó será una innovadora estrategia de fidelización de clientes por congelación del tiempo?...Me temo que no.

Gracias por tu tiempo y espero que este nuevo numero de Mundo Estrella te aporte algo nuevo.

JOSÉ MARÍA RIVERA

Consejero Delegado
HIJOS DE RIVERA S.A.



SUMARIO

6	Noticias
14	En Primera Persona - José Cabanas
17	Actualidad - Cabreiroá
19	Estrella por Dentro
20	Temas Estrella
23	Especial Ferias
27	Expansión Estrella
28	Estrella Excelente
30	Factor H
33	Personaje Estrella - Javier Veiga
34	Eventos
35	Estrella Responsable
37	Gastronomía
38	Son Estrella Galicia
43	Viajes - Zurich
46	Guiño al pasado



Edita: Hijos de Rivera S.A.

Coordina: Departamento de Comunicación Corporativa

Diseño y Maquetación: Trebore diseño gráfico, Empresa de Economía Social perteneciente a la Fundación Paideia.

Fotografía: Kurxo Lobato y Gabriel Tizón

Colaboraciones: José Luis Olmedo, Francisco Rodríguez Lama, Susana Rodríguez, José Cabanas, Manel Pérez y Álvaro Rodríguez

Imprime: Imprenta Mundo

Nuevas instalaciones de la Sociedad Española de Fomento del Lúpulo

La Sociedad Española de Fomento del Lúpulo inauguró el pasado 9 de marzo sus nuevas instalaciones en la comarca leonesa de Carrizo de la Ribera a través de un acto presidido por José María Rivera como presidente de dicha entidad, acompañado por el Consejero de Agricultura y Ganadería de la Junta de Castilla y León, José Valín, el Subsecretario de Agricultura, Pesca y Alimentación del Ministerio de Agricultura, Santiago Menéndez de Lúcar y la Alcaldesa de Carrizo de la Ribera, Silvia García.

Con una superficie de más de 3.000 metros cuadrados, el nuevo edificio acoge nuevas cámaras frigoríficas y un área de control de envasado, que contribuirán a la comercialización de una materia prima de mayor calidad, aportando un notable valor al producto final.



Asistieron a la inauguración José María Rivera como presidente de la entidad y Jacobo Olalla, Director General de Cerveceros de España, acompañados por el Consejero de Agricultura y Ganadería de la Junta de Castilla y León, el Subsecretario de Agricultura, Pesca y Alimentación del Ministerio de Agricultura y la Alcaldesa de Carrizo de la Ribera

En palabras de José María Rivera, "las instalaciones inauguradas garantizan la calidad del lúpulo español y demuestran la apuesta de la Sociedad Española de Fomento del Lúpulo por la innovación y competitividad en un sector clave para la economía de la zona".

España cuenta con 670 hectáreas de lúpulo, de las que se ha obtenido una cosecha en 2006 de 1.135.000 kg. Actualmente, el 98% de la producción se centra en la provincia de León, donde supone la principal fuente de ingresos para 400 familias.



El Foro reunió a los empresarios más significativos de Galicia

Foro Enrique Peinador

Un centenar de empresarios gallegos se reunieron el pasado 29 de marzo en La Toja en un encuentro que pretende impulsar la conciliación entre el desarrollo económico y la defensa de los valores culturales típicamente gallegos.

La institución logró congregarse a los empresarios más destacados del tejido empresarial gallego alrededor de un proyecto que trata de unir el mundo económico con la identidad y la cultura propias de Galicia. Entre los ponentes se encontraba José María Rivera, quien dejó patente la constante apuesta de nuestra compañía por Galicia y los gallegos a lo largo de toda su trayectoria.

Este foro contó con el apoyo de las instituciones públicas, con la presencia destacada del Presidente de la Xunta, Emilio Pérez Touriño, quien subrayó en su discurso el valor de la "marca Galicia" que ofrece un "cúmulo de significados y connotaciones de atractivo simbólico y alto potencial comercial".

Desymo amplía su actividad

En los últimos meses, Desymo ha dado por concluidos diversos desarrollos en Galicia que vienen a sumarse a aquellos que está emprendiendo a lo largo de toda la Península.

Su actividad ha evolucionado y, a día de hoy, no sólo apuesta por proyectos de hostelería como el recién inaugurado *Rincón Bar* en Lalín, un nuevo concepto desarrollado por el grupo *Gasthof*, o la cafetería *dTapas* en Ferrol, sino que su labor se ha ampliado a obras como la tienda de ropa *Kydaka*, una Escuela de Negocios o el consultorio de estética *Decorps*, todos ellos en A Coruña.



Rincón Bar, un proyecto del grupo Gasthof en Lalín



La presencia de un buzo despertó la curiosidad de los leoneses

Mes del Atlántico en León

Giste ha querido acercar a los leoneses un nuevo concepto de la gastronomía tradicional gallega a través del Mes del Atlántico que se celebró entre el 7 de marzo y el 15 de abril en la cervecería Estrella de Galicia de esta ciudad castellana.

En un entorno decorado con antigüedades náuticas entre las que se encontraba una bitácora noruega de los años 40 o un timón procedente de un barco de vela del siglo XIX, los clientes tuvieron la oportunidad de disfrutar de la mejor calidad y el sabor de los productos gallegos con una presentación vanguardista,

que transmite toda la frescura y el espíritu innovador de la Galicia de hoy.

El Mes del Atlántico contó, además, con una vertiente musical que vino de la mano del grupo celta *Brath*, que ha aportado un toque de modernidad a la música gallega más tradicional.

Esta iniciativa alcanzó una gran repercusión en la ciudad gracias a la presencia por las calles de un buzo que despertó la curiosidad de todos los viandantes y atrajo a un numeroso público al local. Se trató sin duda de una propuesta original regada, como siempre, con la mejor cerveza.

Cabreiroá, nueva imagen en sus formatos pet



Cabreiroá cambia de imagen su formato pet. Este cambio responde a la necesidad de lograr una identidad unitaria entre el vidrio y el pet, de modo que ambos se identifiquen claramente con la marca.

El concepto empleado sigue la línea de insertar imágenes en las etiquetas que tanto éxito ha obtenido desde su implantación en los envases de vidrio, siempre alusivas a la frescura y pureza del agua, acorde con: "El Agua de la Tierra del Agua".

Estas imágenes, al igual que en el caso del vidrio, se renovarán cada cuatro meses.

La nueva imagen afecta a todos los formatos de pet de la marca, de 1,5 litros, 50 cl. (normal y tapón Sport) y 33 cl. (normal y tapón Sport).

Nuevo pack familiar en Alimentación

Además, Cabreiroá lanza un nuevo pack familiar de 10 unidades de 33 cl. con tapón Sport. Este envase innovador (no existe en el mercado de agua ningún pack con estas características) cuenta con grandes ventajas, tanto por la comodidad de su tapón Sport como por la facilidad de su almacenaje.



La charla de Ignacio Rivera fue seguida con gran interés por los asistentes

Estrella Galicia expone su caso en las Universidades gallegas

Los alumnos de la Cátedra de la Empresa Familiar de las Universidades de La Coruña y Santiago asistieron masivamente a la conferencia que ofreció Ignacio Rivera, Director General de Hijos de Rivera, en la Facultad de Empresariales el pasado 14 de mayo. La presentación, que versó sobre la trayectoria y la estrategia de nuestra compañía, fue seguida con gran interés por los estudiantes, quienes no dudaron en plantear multitud de cuestiones al término de la intervención.

A su vez, el día 23 de mayo Ignacio Rivera impartió una charla magistral en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad de Vigo.

Columbus y Nugget testarán su productividad en el CIAM

El pasado 4 de abril tuvo lugar la plantación del lúpulo en una nueva parcela del Centro de Investigaciones Agrarias de Mabegondo (CIAM). Esta parcela, de más de una hectárea de superficie, viene a sumarse a la inicial que se plantó con motivo del Centenario de la compañía y que contaba con 1300 metros cuadrados.

Varios técnicos de la Sociedad Española de Fomento del Lúpulo (León) se desplazaron a Mabegondo con el objetivo de iniciar el proceso de cultivo que continuará en los próximos meses con un control de su crecimiento y su posterior entutorado.

La primera cosecha tendrá lugar en 2008 y se espera recolectar cerca de 1200 kg de lúpulo, cantidad que se incrementará en posteriores campañas hasta los 1600 kg.

La plantación consta de dos variedades de lúpulo, como son: 260 plantas de *Columbus* y 1235 plantas de *Nugget*.



La nueva parcela cuenta con más de una hectárea de superficie

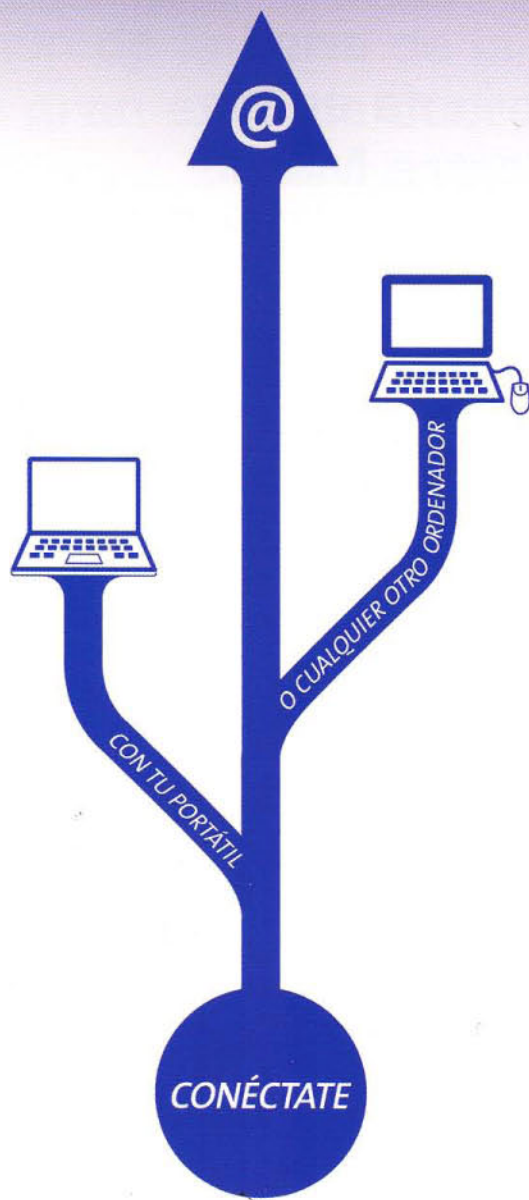
River Sin se presenta con una imagen renovada



River Sin ha querido dar un giro completo a su imagen con el objetivo de reactivar y modernizar la marca, manteniendo a la vez un claro vínculo con River Zero.

Esta imagen, que ha salido al mercado en el mes de junio, afecta a todos los formatos y coincide con el lanzamiento de un nuevo pack de 6 latas que sustituye a la bandeja de 24.

Una campaña promocional en alimentación acompaña al lanzamiento que dará a conocer a los consumidores la nueva imagen de este producto.

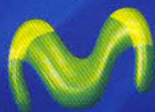


Con el Módem USB, conéctate a internet desde cualquier ordenador, fijo o portátil, por 1€/día* (sólo los días que tú quieras)

Y disfrutarás de:

- Banda Ancha
- Todos los contenidos de Internet

Telefónica



MOVISTAR

DISTRIBUIDOR OFICIAL

902 222 255

Comm Center

* DÍA NATURAL: ENTRE LAS 00:00 H Y LAS 23:59 H DE UN DÍA CONCRETO (CANARIAS DE 23:00 H A 22:59 H). 1 €/10MB (1,16 IVA INCLUIDO) POR 1 DÍA CONEXIÓN. EXCESO 1 €/10 MB (1,16 IVA INCLUIDO) HASTA 10 € (11,6 IVA INCLUIDO), A PARTIR DE LOS CUALES ES TARIFA PLANA TOTAL DURANTE ESE DÍA.

Cabreiroá triunfa en los Premios Mestre Mateo



Cabreiroá estuvo más presente que nunca en la Gala de entrega de los Premios Mestre Mateo en la que cada año se galardona a las mejores producciones del audiovisual gallego. La gala, celebrada el pasado 9 de mayo, congregó a lo más representativo del mundo social y cultural gallego en el Teatro Colón de La Coruña, una cita que cada año convoca la Academia Galega do Audiovisual.

La película *De Profundis*, co-producida por Cabreiroá, fue una de las grandes triunfadoras de la noche con la obtención de cuatro premios, como son: Mejor Dirección a Miguelanxo Prado, Mejor Sonido y Mejor Banda Sonora a Nani García, y Mejor Producción Interactiva por su página web.

Por su parte, *A Casa de 1906*, formato patrocinado por Cabreiroá que se emitió con gran éxito de audiencia en la TVG, obtuvo dos premios: al Mejor Programa de TV y al Mejor Diseño de Vestuario. El spot "A Agua da Terra da Auga" de



Miguelanxo Prado recogió el premio a la Mejor Dirección por *De Profundis*

Cabreiroá, nominado como Mejor Producción de Publicidad, no logró finalmente alzarse con el galardón.

Esta edición de los premios ha resultado más competitiva que nunca ya que el número de producciones presentadas se ha incrementado un 26% respecto a la convocatoria del pasado año.



Las nuevas instalaciones multiplican la capacidad de almacenaje

Nuevo centro logístico en Vigo

Hijos de Rivera acaba de inaugurar un nuevo centro logístico en Vigo de más de 3800 metros cuadrados, multiplicando así por tres la superficie anterior, y por cuatro la capacidad de almacenaje, dada la mayor altura útil del centro.

Estas instalaciones permiten la carga simultánea de hasta 2 trailers y 4 camiones de reparto, algo de facilita enormemente la distribución de nuestros productos en la zona y garantiza la disponibilidad de un buen servicio a largo plazo.

El centro logístico ubicado en Redondela será además la sede de la Delegación Comercial de Vigo, habilitando para ello un amplio y funcional espacio de oficinas.

Touriño visitó el rodaje de la campaña M.A.P.I.E.



Touriño se acercó a saludar al equipo de rodaje en Betanzos

El Presidente de la Xunta, Emilio Pérez Touriño, tuvo la oportunidad de acercarse a conocer de cerca la labor del equipo de rodaje que ha trabajado entre el 16 y el 18 de mayo en la elaboración de la nueva campaña publicitaria de Estrella Galicia para televisión, M.A.P.I.E.

La campaña está dirigida a un público joven e introduce conceptos muy innovadores, basados en el movimiento *Flash*

Mob, que reúne a grupos de gente en la calle para llevar a cabo acciones divertidas y espontáneas.

Cuenta con un carácter multimedia que incluye todos los soportes publicitarios, dotando de una especial relevancia a internet a través de su página web www.mapie.es. El éxito de esta campaña generará sin duda un verdadero Movimiento de Amigos Para Invitar a una Estrella.



La I Edición de la Feria de la Sidra alcanzó un gran éxito de convocatoria

La feria pretende potenciar el desarrollo de la sidra gallega



Durante toda la jornada del sábado 14 de abril, miles de personas se acercaron a Chantada (Lugo) para unirse a la celebración de la I Edición de la Feria de la Sidra de la localidad. Esta iniciativa pretende impulsar un producto como la sidra, fuertemente ligado a esta zona de Galicia.

En la actualidad, Galicia es el mayor productor de España de manzana sidrera (60 millones de kilos anuales) y existe solamente una empresa que se dedica a la elaboración de sidra, Sidrería Gallega, ya que gran parte de la manzana que se cosecha en nuestra comunidad se destina a lagares asturianos o cántabros.

A lo largo del viernes 13, sidreros de Asturias, Cantabria, País Vasco y León llegaron a Chantada donde fueron recibidos por los anfitriones, las autoridades municipales de Chantada y el Consejero Delegado de Sidrería Gallega, Luis López Espiñeira, para celebrar una cena de confraternización previa a la feria.

Una jornada de fiesta

La apertura de los stands tuvo lugar a las 12:00 de la mañana del sábado cuando las distintas sidrerías pusieron a disposición del público sus productos perfectamente servidos por los escanciadores y todos pudieron degustar la variada oferta de sidra expuesta. Todo ello amenizado por la música de diversas agrupaciones regionales y charangas que animaron a bailar a los asistentes.



Los asistentes tuvieron la oportunidad de degustar los diferentes tipos de sidra

La feria contó con la presencia de Emilio López Pérez, Delegado Provincial de la Consellería de Medio Rural de la Xunta de Galicia, y José Mouriño Cuba, del Servicio de Industria y Promoción Agroalimentaria, quienes tuvieron la oportunidad de visitar los 15 stands ubicados en la carpa y catar la sidra originaria de las distintas regiones representadas.

A primera hora de la tarde, los sidreros se acercaron a las instalaciones de Sidrería Gallega para llevar a cabo una visita en la que pudieron conocer de primera mano las últimas tecnologías empleadas en la elaboración y el embotellado de la sidra Manzanova, así como del resto de los productos de la compañía, como el mosto Zuvit o los aguardientes Quenza.



A continuación se reanudó la degustación y la fiesta, momento que concentró la mayor afluencia de público. Y, como broche final a la jornada, los asistentes pudieron disfrutar de los conciertos de "Nus" y "Os Cuchufellos" así como de los fuegos artificiales que dieron cierre a la fiesta.

Sin duda, el gran interés despertado por esta primera edición de la Feria de la Sidra garantiza el éxito en años venideros. Desde luego, Sidrería Gallega seguirá apostando por dar a conocer un producto tan apreciado como la sidra gallega.



La jornada se completó con una visita a Sidrería Gallega, conciertos y fuegos artificiales



Instalaciones de Pago en la Selva del Camp (Tarragona)

Pago se suma al proyecto de Hijos de Rivera

La compañía austriaca está presente en más de 30 países con su amplia oferta de zumos de la más alta calidad

Hijos de Rivera, acorde con su filosofía de contar con aliados sólidos en su línea de negocio, ha alcanzado un acuerdo con la compañía Pago con el fin de sumar toda su cartera de productos a la red comercializadora de nuestra empresa.

El pasado 8 de marzo, el Director General de Pago, Erik Hertzberger, acompañado de la Dirección Nacional de la compañía, tuvo la oportunidad de conocer más de cerca la actividad de Hijos de Rivera a través de una visita a nuestras instalaciones en la que se ratificó la voluntad de ambas partes por mantener una colaboración a largo plazo.

La calidad Pago, garantía de éxito

Las características de Pago vienen determinadas por la calidad y variedad de sus productos. Su éxito se basa en la elección de las mejores materias primas a nivel mundial, eligiendo las variedades más adecuadas en cada caso, así como en el empleo de las tecnologías más avanzadas durante el

proceso de elaboración. Esto permite garantizar la conservación de todas las propiedades naturales de sus zumos y néctares, algo que valoran muy positivamente los consumidores.

Además, mantenerse a la cabeza del mercado en zumos Premium obliga a apostar por el constante desarrollo de nuevos productos, que aporten un claro elemento diferencial frente a la competencia.

Un poco de historia

La historia de Pago comenzó en 1888 al sur de Austria, cuando los hermanos Pagitz empezaron a comercializar agua con gas. Un año después iniciaron la producción de refrescos de frutas, que pronto consiguieron distribuir por toda Austria.

Tras el éxito obtenido en su país de origen, la compañía apostó por exportar su filosofía internacionalmente. En 1989, se introdujo en Italia y cinco años más tarde, en respuesta a la creciente demanda de zumos de calidad, empezaron a comercializar los zumos y néctares Pago en el mercado español.

En 2004 Pago inició su presencia en casi todos los países de Europa Central y Europa del Este. Un proceso que continúa hoy día con pasos firmes por introducirse en nuevos mercados como el Norte de África, Estados Unidos y Japón. Actualmente, Pago esta presente en más de 30 países.

Novedades Pago 2007



En marzo de este año ha tenido lugar el lanzamiento de Pago Albaricoque, néctar altamente nutritivo que está contando con una gran acogida por parte del consumidor y se comercializa en 0,75 l. para Alimentación y 0,2 l. para Horeca.

Por otra parte, en mayo Pago ha lanzado al mercado su primer producto en Edición Limitada, Pago Melón, que estará disponible hasta octubre de este año para el canal Horeca. Con este nuevo sabor, la compañía comercializa 16 variedades en España.

A su vez, durante 2007 Pago presentará 2 reformulaciones de productos ya conocidos, como son la Piña y la Naranja Roja-Lima. Con ello consigue mejorar aún más estas 2 variedades, colocando sus productos en clara ventaja frente a los competidores.

Siente el paraíso.



Sólo en el paraíso, el sol brilla cada día: por eso Pago Melón, alcanza un sorprendente e intenso placer frutal. Con el dulce aroma de los melones recolectados a mano, mezclados con jugosas naranjas y aterciopelados albaricoques, conseguimos este refrescante placer. Sumérgase en este delicioso sabor a fruta madura y pronto se sentirá en el paraíso.

Este paradisíaco sabor estará disponible desde Mayo hasta Octubre, como Edición Limitada.

Edición Limitada
MAYO - OCTUBRE 2007



Pago. Paradise Yourself.



José Cabanas
Director de Marketing de Hijos de Rivera

“Las marcas son uno de los activos más importantes de cualquier grupo empresarial”

¿Cómo definiría el marketing?

Lo primero que se me viene a la cabeza es que el marketing trata de aplicar de la mejor forma el sentido común. El marketing, en sentido amplio, es una disciplina que toca desde actividades operativas del día a día -como puede ser una promoción o un estudio de mercado-, hasta aquellas más estratégicas de dirección empresarial -procesos de creación de marcas, asociaciones con otras compañías o inversiones en nuevos productos- con el fin último de crear valor en el mercado.

La gente cree que el marketing está muy centrado en una labor de desarrollo publicitario y promocional, en lo que forma la parte llamémosla “sexy” de nuestro trabajo. Es cierto

que en Hijos de Rivera rodamos spots publicitarios, hacemos folletos para dar a conocer nuestras marcas y diseñamos promociones para nuestros consumidores y clientes. Pero también forma parte de nuestro ámbito de responsabilidad el preocuparnos por una política de precios y posicionamiento adecuada, que nuestros productos estén disponibles en el momento en que se decide la compra, que las iniciativas desarrolladas en los mercados donde actuamos sean relevantes y aporten valor, o interpretar lo que nuestros consumidores y clientes demandan para poder satisfacer sus necesidades. Hablamos así de una gestión integral de nuestras marcas.

¿Qué importancia tiene la publicidad a la hora de generar valor a la marca?

La publicidad es una herramienta más a nuestro alcance para generar valor a una marca, pero ni mucho menos es la única.

Para que la publicidad genere valor a la marca, debe ser capaz de comunicar un mensaje relevante al público a quien va dirigido. Además, debe ser notoria y destacar en la forma sobre las demás. En el mundo actual, la cantidad de impactos que recibimos es tan grande que nuestro propio filtro natural hace que desechemos casi el 100% de los mismos. Pero es que, además, debemos ser capaces de hacer llegar el mensaje de la manera más eficiente posible a todo nuestro público objetivo a través una planificación de medios adecuada.



Muy personal

Edad: 34

Estado civil: Soltero

Una comida: La tortilla de patata

Una bebida: Licor café

Aficiones: El mar, la música y soñar

Ciudad favorita: Barcelona

Un libro: De cuentos

Una película: *El padrino* de Francis Ford Coppola

Una canción: *Sympathy for the devil* (Rolling Stones)

Un momento: La siesta del desayuno

Un reto: Saber cuidar a quien te quiere

No soporta: Madrugar

Una disculpa: No tengo tiempo

Esta combinación de mensaje, notoriedad a la hora de comunicarlo y planificación de medios es la que hace que nuestra inversión sea eficiente e impacte sobre nuestras ventas y, en consecuencia, sobre el valor de nuestra marca.

Pero, como decía antes, la publicidad es sólo una herramienta disponible más. Tener un producto de calidad que avale el mensaje publicitario o elegir la estrategia adecuada de distribución -más exclusiva o más masiva- ligada a un modelo comercial coherente, son decisiones tan importantes o más que la inversión, notoriedad y comunicación de los beneficios estratégicos de la marca.

Hablando de marcas, ¿qué valor le otorga en el desarrollo empresarial?

Todo, o casi todo. Las marcas son uno de los activos más importantes de cualquier grupo empresarial. Su valor viene delimitado por el mercado y depende tanto de factores físicos o intrínsecos del producto, como de factores emocionales que la propia marca evoca, viéndose todo ello reflejado en una cifra de ventas.

En nuestro caso, la marca Estrella Galicia es el "alma mater" de Hijos de Rivera. Atributos intrínsecos al producto, como ser una de las cervezas de mayor calidad para los consumidores o tener un sabor característico, así como unos atributos emocionales ligados a nuestro origen, de carácter familiar, flexible y con capacidad de adaptación a los nuevos mercados, construyen una base muy sólida para nuestra lucha por la diferenciación.

Del mismo modo, nuestra marca de aguas Cabreiroá, "el agua de la tierra del agua", combina la garantía de calidad de las aguas gallegas, nuestra propia preocupación por la protección de la naturaleza y la imagen más vanguardista de la Galicia actual, para materializarse en el mercado como una marca de alto potencial y en pleno desarrollo.

En ambos casos, su valor también viene determinado por dos de las variables clave a la hora de comercializar marcas: el nivel de precios, tanto al canal de distribución como al consumidor final, y la estrategia de distribución de la red que las comercializa.

En resumen, una marca de alto valor es aquella que es capaz de generar riqueza para el consumidor (satisfaciendo sus necesidades), para el canal (contribuyendo al desarrollo de los clien-

tes) y para las industrias dueñas de las mismas (dotándolas de recursos para su futuro crecimiento), y muy probablemente se vea recompensada con una posición de liderazgo en su mercado de referencia.

Ya por último... para las marcas de Hijos de Rivera, ¿cuál es su mercado de referencia?

Si hablamos de geografías, por histórico y proximidad sería Galicia y España, pero tenemos el mundo por bandera! Nuestro origen lleva implícito un espíritu viajero en busca del éxito, como ya hacían nuestros abuelos y bisabuelos en la época de la emigración. Lo mismo ocurre con nuestras marcas. En estos momentos estamos en plena fase de expansión nacional, construyendo distribución en todo el país con los mejores socios para poner nuestros productos al alcance del consumidor, tanto en el canal de hostelería como en la alimentación. En paralelo, también trabajamos con operadores internacionales que distribuyen nuestros productos en 20 países, con presencia en enseñas de referencia de la categoría de Wal-Mart.

Si hablamos de mercados en función de categorías de productos, nuestra referencia clave era la cerveza hasta hace relativamente muy poco tiempo. En el proceso de diversificación empresarial que estamos abordando, hoy podemos decir ya que actuamos en el mercado de bebidas, gestionando marcas de referencia en categorías como el agua mineral, la cerveza, el vino, la sidra, la sangría, los zumos o las bebidas energéticas.

Pero todo ello siendo consciente de que nuestra única referencia la marca nuestro jefe: el consumidor.



internet a demasiada velocidade

- internet por fibra ótica ata 6 megas
- todas as chamadas a fixos nacionais as 24 h
- televisión en aberto e canles da TDT
- seguridade **R** e mantemento avanzado por **29 €/mes** as 3 primeiras facturas alta e instalación gratis no teu domicilio

promoción válida ata o 31/05/2007 para óstios de **combo3** co servizo de **mantemento avanzado** e **seguridade R** sempre que se manteña contratado o servizo durante 6 meses. tarifa plana de chamadas a fixos inclúe os 120 primeiros minutos de cada chamada de ámbito nacional, o tempo excedido facturaránse segundo tarifa • prezos sen IVE

infórmate gratis no

1445
mundo-R.com

Cabreiroá apuesta por el futuro

La compañía incorpora la tecnología más avanzada en sus instalaciones con el objetivo de incrementar su capacidad productiva

Cabreiroá ha afrontado en los últimos años un gran esfuerzo inversor con el objetivo de incorporar los últimos avances tecnológicos en su planta industrial y situarse a la vanguardia del sector en todas sus instalaciones.

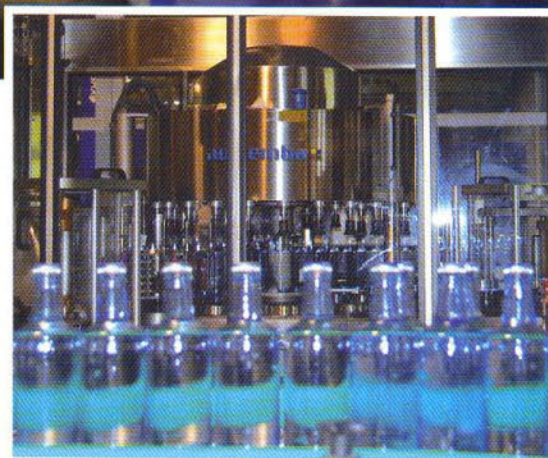
Desde principios de este año, la planta ha incorporado una nueva línea de vidrio, de modo que alcanza una capacidad de producción de 30.000 botellas a la hora. Dicha instalación se compone de despaletizadora, desencajonadora, lavadora, llenadora, carbonatador, etiquetadora, encajonadora y robot paletizador. Además, cuenta con 6 puntos de inspección electrónica que garantizan el perfecto estado de las botellas a lo largo de todo el proceso, de forma que rechaza automáticamente todas aquellas que no cumplan escrupulosamente los estándares de calidad exigidos.

Más allá del incremento de la capacidad productiva y el estricto control de calidad, la nueva línea de vidrio dispone de importantes ventajas medioambientales, reduciendo significativamente el consumo de energía y agua y minimizando el uso de productos de lavado.

Por otra parte, este proceso de modernización de la planta ha afectado también a la línea de pet con la adquisición de una retráctiladora y una encartonadora nuevas. Ambas vienen a sumarse a la sopladora que se instaló el pasado año, que alcanza rendimientos de 32.000



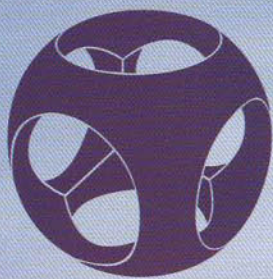
Las últimas inversiones en tecnología impulsarán el crecimiento de Cabreiroá



botellas a la hora, y que cuenta con la tecnología más avanzada de Europa.

La nueva retráctiladora tiene como principal ventaja su gran versatilidad a la hora de retráctilar diferentes formatos y agrupaciones, alcanzando una capacidad de 18.000 botellas a la hora. Por su parte, la encartonadora cuenta con un rendimiento de 30.000 botellas a la hora y es capaz de adaptarse a las más diversas agrupaciones, algo que se ha materializado en el reciente lanzamiento del pack familiar.

En su conjunto, todas estas incorporaciones tecnológicas suponen una inversión de más de 4,5 millones de euros, que se suman a los 12 millones de euros que se han invertido desde 2004 en Cabreiroá. Una apuesta que sin duda impulsará el crecimiento de la compañía.



serviguide

consultoría • innovación • externalización

*"No vayas por donde el camino te lleve.
Ve en cambio por donde no hay camino
y deja rastro"*

Ralph Waldo Emerson

Acorde con los esfuerzos de la compañía por mejorar el servicio a nuestros clientes, el equipo de Sistemas aplica los últimos avances tecnológicos con el objetivo de llevar a cabo un mejor seguimiento y control de nuestros productos desde su salida de fábrica hasta su disfrute por parte del consumidor.

En este sentido, se ha implantado en los equipos instalados en los clientes la tecnología RFID que se definiría como un sistema de radiofrecuencia empleado para el seguimiento de los procesos de negocio. En este caso concreto, gestiona los procesos asociados al servicio técnico y su intervención en los equipos instalados en los locales de nuestros clientes.

La tecnología consiste en un chip con encapsulado (tag RFID) que se ubica en el enfriador de los barriles, además de un kit de mantenimiento que porta cada uno de los técnicos y un software que en la central recoge y analiza los datos capturados por el técnico en cada local.

Esta herramienta anticipa posibles problemas y ofrece grandes ventajas, especialmente en la atención al cliente por parte de la compañía, como son:

Hacer un inventario real de las instalaciones y los clientes, facilitando la elaboración de informes y análisis estadísticos de su mantenimiento.

Evidenciar el trabajo de los técnicos y las intervenciones realizadas en cada una de las instalaciones, favoreciendo la planificación de sus actividades.

Garantizar la calidad del producto que sirven los clientes a través de un mejor control de las operaciones de mantenimiento y limpieza.

Toda la información obtenida a través de esta tecnología se transfiere en tiempo real a un servidor ubicado en fábrica que permite controlar al minuto las operaciones que se realizan en cada caso, evitando la burocracia y gestionando los equipos de forma mucho más eficiente.

La tecnología RFID se presenta como un instrumento muy útil en la mejora de la atención a nuestros clientes, una filosofía clave para la compañía que nos permitirá seguir dando grandes pasos hacia el futuro.

La cerveza de botella

Una cerveza es algo más que un refresco y saber servirla es todo un arte. Cuando abramos una botella debemos tener en cuenta unas recomendaciones básicas para obtener un servicio perfecto de nuestra bebida y disfrutarla intensamente.

1. CUIDADOS

Con objeto de asegurar la calidad del producto hasta el momento del consumo hay que seguir una serie de cuidados durante el transporte y almacenamiento de la cerveza de botella, que son:

- Protegerla del sol, lluvia, etc. durante su transporte hasta el lugar de almacenamiento.
- Utilizar carretilla para su transporte y nunca golpearla ya que, de hacerlo, la cerveza se agitaría, provocando una excesiva formación de espuma.
- Almacenar en lugares que no estén próximos a focos de calor ni expuestos a temperaturas extremas. La temperatura óptima es de 20°C.
- Alejarla de olores agresivos (pintura, detergentes, etc.)
- Cuidar la rotación de las cajas/packs (que la primera que llega al local/hogar sea la primera que se consuma)
- En la nevera, la temperatura adecuada para la cerveza está entre 4 y 6 °C.

2. RECIPIENTES: VASOS, COPAS Y JARRAS

- Los recipientes deben estar fríos pero no helados. Además, los olores del congelador impregnan también los vasos y el hielo descarbonata la cerveza y perjudica a la espuma.
- Deben estar limpios, desengrasados y perfectamente enjuagados ya que tanto la grasa como los restos de detergentes y abrillantadores destruyen la espuma y aportan olores y sabores indeseados.
- Deben almacenarse de manera que se permita la ventilación interior: boca arriba o, si están boca abajo, sobre una superficie con rejilla y nunca sobre esponjas o bayetas.
- Siempre se debe enjuagar el recipiente con agua fría justo antes de servir la cerveza.

3. SERVICIO

Es conveniente beber la cerveza en vaso, jarra o copa para provocar la liberación de gas carbónico y la formación de espuma. Y una buena presentación de la cerveza en vaso es fundamental para animar a su consumo.

Por ello es fundamental conseguir una buena corona de espuma de unos 2 cm. que, además de realzar el aspecto del producto, evita la descarbonatación y oxidación. De ahí la importancia de realizar un buen servido.

Los pasos que seguiremos para realizarlo correctamente serán:

1. Mojar un vaso limpio para refrescarlo y evitar la mala formación de espuma debido a motas de polvo o pelusas de trapos de secado.
2. Inclinar el vaso unos 45°, acercando la botella hacia el borde del vaso, para que la cerveza no caiga de golpe, produciéndose gran cantidad de espuma que descarbonataría la cerveza.
3. Dejar resbalar lentamente la cerveza por las paredes del recipiente.
4. Cuando el vaso esté prácticamente lleno (3/4 partes), ponerlo paulatinamente en posición vertical, aumentando la distancia para que caiga sobre la propia cerveza ya depositada en el vaso, y, de este modo, ir generando la capa de espuma.
5. Y, para terminar, se debe apoyar la cerveza sobre un posavasos que evitará la incómoda gota de condensación de agua sobre la ropa del consumidor.

Si se desea obtener una cerveza con aspecto compacto, este procedimiento debe repetirse en varias etapas, dejando reposar el líquido entre ellas.

El resultado final debe presentar una cerveza con un "rosario" de burbujeo y una corona de espuma de al menos tres centímetros que, naturalmente, irá desvaneciéndose. La cerveza debe dejar marcas o aros de espuma adheridos a las paredes del recipiente por cada sorbo que demos.

Hay muchas maneras de servir cerveza, y ello dependerá básicamente del tipo de cerveza y el recipiente que utilizemos, pero la que acabamos de explicar es la que mejor se ajusta a las características de nuestra cerveza y resalta sus cualidades.

José Luis Olmedo



tecamoficinas
 tecamhostelería
 tecamgeriatría
 ofiprecios
 distecar



Innovación y
 diferenciación

La fábrica
 del
 mobiliario

Oficinas,
 colectividades,
 espacios públicos



La tienda de
 los muebles
 de oficina



Equipar grandes
 espacios de
 trabajo o
 entornos con alto
 nivel de imagen



Residencias,
 centros
 geriátricos

Hoteles,
 restauración,
 espacios de ocio

Servicio,
 capacidades
 técnicas y
 logística

creamos

de diseño, producto y servicio... para equipar los espacios de trabajo, ocio y descanso

soluciones



grupotecam

www.tecam.es



ferias

Hijos de Rivera participa anualmente en las mejores ferias especializadas del sector, tanto en el mercado nacional como internacional, manteniendo una labor de apoyo clave para la expansión de la compañía, siempre vinculada a la distribución comercial.

El montaje y la participación en una exhibición supone una herramienta de marketing promocional muy eficaz ya que permite conocer al cliente de cerca, comunicarse con él y transmitirle nuestra imagen así como los productos y servicios de la compañía de una manera cercana y en un ambiente distendido.

El principal objetivo de nuestra presencia en un recinto ferial es plantear un punto de encuentro entre fabricante y cliente, de modo que se establezcan vínculos de trabajo entre los profesionales del sector que nos encaminen hacia relaciones comerciales positivas para ambas partes.

Hijos de Rivera apuesta por seguir contando con una presencia destacada en todas aquellas ferias que favorezcan un acercamiento a nuestros clientes, manteniendo siempre una vocación clara por dar a conocer los productos de la compañía más allá de nuestro entorno inmediato. La calidad de nuestra oferta nos avala en esta labor que, a día de hoy, está obteniendo grandes resultados.



Junta General Wal-Mart México



Ciudad de México, 11 al 16 febrero

Wal-Mart México reunió durante unos días a gran parte de sus proveedores en una exhibición que sirvió como punto de encuentro para dar a conocer la calidad de los productos que ofrece la multinacional.

Wal-Mart México es una de las cadenas comerciales más importantes del país y emplea a 150.000 personas. Opera 912 unidades comerciales distribuidas en 145 ciudades a nivel nacional, incluyendo tiendas auto-servicio, de ropa y restaurantes.

XANTAR, Salón Galego de Gastronomía e Turismo

Ourense, 28 de febrero al 4 de marzo



Xantar celebró su octava edición con 12.000 metros cuadrados de superficie cubiertos por 19 restaurantes y un total de 120 expositores dedicados a la promoción gastronómica y turística de sus lugares de origen.

La presencia de México como país invitado y la celebración del II Encuentro Ibérico sobre Dieta y Salud fueron las principales novedades del Salón que atrajo a más de 25.000 visitantes.



Feria del Vino del Noroeste, Fevino

Ferrol, 3 al 6 de marzo



Alrededor de 500 bodegas estuvieron representadas de forma directa o indirecta en este salón. Los profesionales del sector vitivinícola fueron los protagonistas del certamen, que incluyó un intenso programa de actividades: catas comentadas, conferencias y presentaciones de las últimas novedades tecnológicas aplicadas a la gestión integral de las bodegas. Más de 5.000 personas pasaron por Fevino y pudieron descubrir la calidad de los mejores caldos nacionales.

Alimentaria Castilla y León

Valladolid, 11 al 15 de marzo



La undécima edición de Alimentaria Castilla y León, celebrada en Valladolid del 11 al 15 de marzo, se caracterizó por la intensa agenda de trabajo desarrollada por los 1.232 expositores participantes y los 27.000 compradores acreditados, entre los que cabe destacar la presencia de importadores procedentes de Europa, Asia y América. Este encuentro está pensado para reunir a profesionales de todas las esferas del sector agroalimentario.



Foodex

Tokyo, 13 al 16 de marzo



La Feria Foodex tuvo lugar el pasado mes de marzo en el Nippon Convention Center de Tokyo. Es el foro del más importante sector, no sólo en la región asiática, sino en todo el Pacífico y es la tercera feria más grande del mundo. En esta edición contó con más de 95.000 visitantes y 2.500 expositores de las más diversas nacionalidades.





Prowein, Düsseldorf, 18 al 20 de marzo

La Feria Internacional de Vino y Licores, Prowein, acogió en la ciudad alemana de Düsseldorf a más de 32.000 personas relacionadas con la hostelería y la restauración con el objetivo de conocer la oferta de los 3.000 expositores de 43 países presentes en la exhibición.

Salón Internacional del Club de Gourmets

Madrid, 16 al 19 de abril 

El Salón Internacional del Club de Gourmets es una feria internacional de carácter exclusivamente profesional dedicada a los productos de alimentación y bebidas de calidad.

Este Salón se celebró en Madrid del 16 al 19 de abril con la participación de 1.300 expositores y la asistencia de 65.000 personas. Los más de 35.000 productos delicatessen expuestos hacen de este evento uno de los más importantes de Europa en cuanto a ocupación y visitantes.



SICER, Salón Internacional de la Sidra de Calidad

 Gijón, 3 al 6 de mayo



El Palacio de Exposiciones del Recinto Ferial de Gijón fue el escenario para la celebración de la muestra que logró concentrar a más de 62 empresas productoras de sidra de los principales países del mundo y alrededor de 300 tipos de sidra.

Sidrería Gallega fue invitada por la organización a sumarse a esta feria en representación de la sidra gallega de la mejor calidad.

London International Wine and Spirits Fair

Londres, 22 al 24 de mayo 

Londres fue el escenario de una de las mayores ferias mundiales especializadas en el mundo del vino. 1.250 bodegas llegadas de todo el mundo presentaron sus productos en este encuentro que contó con más de 15.000 visitantes, principalmente productores, distribuidores, hosteleros y periodistas del sector.

Durante los tres días que se desarrolló la exhibición, los asistentes disfrutaron también de un gran número de actividades alternativas como seminarios, debates o catas de los mejores caldos del mundo.



Salón Internacional de la Alimentación

 Lisboa, 27 al 30 de mayo

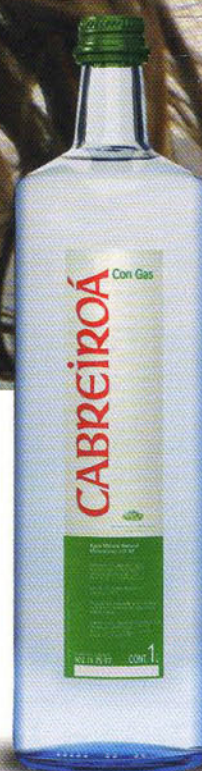
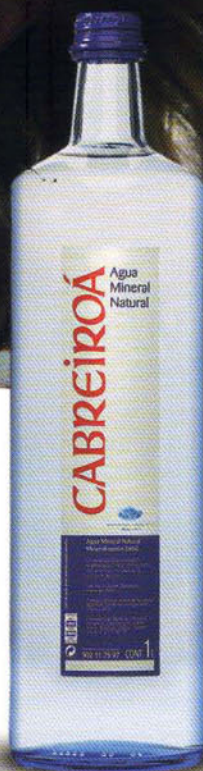
Alimentaria Lisboa se ha convertido en una cita indispensable para el sector de alimentación y bebidas. La feria, que se celebró del 27 al 30 de mayo en la capital portuguesa, congregó a más de 1.400 empresas de 40 países, distribuidas en 8 salones monográficos para facilitar el acceso a los cerca de 36.000 visitantes que acudieron a la convocatoria.



Agua
Mineral
Natural

CABREIROÁ

El agua de la tierra del agua



PROTEGEMOS LA PUREZA DEL AGUA

Acuerdo con Wal-Mart Brasil

Hijos de Rivera ha alcanzado un acuerdo con Wal-Mart Brasil para la venta de nuestras cervezas Estrella Galicia y 1906 en sus establecimientos. La positiva experiencia previa con Wal-Mart México ha sido determinante a la hora de introducir nuestros productos en la división brasileña de la multinacional.

Wal-Mart es en la actualidad la mayor cadena de supermercados del mundo, con presencia en 14 países a través de más de 6.500 establecimientos. Su filial en Brasil opera 152 tiendas en 14 estados, de modo que no existe mejor carta de presentación para nuestros productos en el mercado brasileño, que contar con el respaldo de un socio como Wal-Mart.



Nueva delegación comercial para Andalucía y Extremadura



Continuando con su expansión por todo el territorio nacional, desde principios de este año Hijos de Rivera cuenta con una delegación comercial en el sur de España que dará cobertura a Andalucía y Extremadura.

En la actualidad, nuestra compañía dispone de distribución en los principales núcleos urbanos de ambas regiones con cerveza, agua y sangría y el objetivo es alcanzar el conjunto del territorio con todos nuestros productos.

La política de expansión de Hijos de Rivera se basa en buscar en todas las zonas una distribución adecuada a cada uno de los productos, atendiendo a las necesidades de comercialización y posición en el mercado que pretendemos para cada uno de ellos.

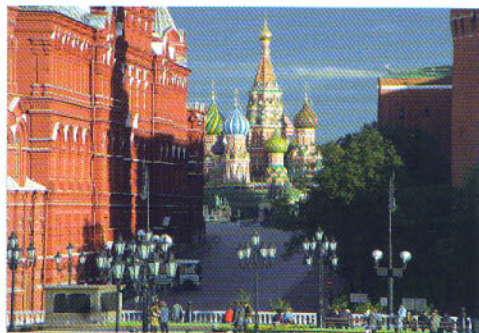
1906 Reserva Especial en AhorraMas

Desde principios de este año, Hijos de Rivera ha ampliado su presencia en el mercado español a través de un acuerdo con la cadena de supermercados AhorraMas por el que nuestra cerveza 1906 Reserva Especial se comercializará en sus establecimientos.

Supermercados AhorraMas es una de las cadenas de distribución más importantes del centro de España, alcanzando los 180 establecimientos entre las provincias de Madrid, Guadalajara, Toledo y Cuenca. Se encuadra en el segmento de supermercados de proximidad, existiendo desde autoservicios de 150 o 200 m², hasta supermercados de 1.800 m², integrándose incluso algunos de ellos en la fórmula de distribución de los centros comerciales.



Presencia en Rusia



Hijos de Rivera ha iniciado la distribución de dos de sus productos más reconocidos en Rusia: Estrella Galicia y 1906. De la mano de un distribuidor local, nuestra cerveza puede encontrarse ya en diferentes puntos de Moscú y San Petersburgo.

Gracias a este acuerdo, los productos de nuestra compañía se encuentran ya en 20 países de todos los continentes y el objetivo es seguir trabajando para consolidar nuestra presencia en estos mercados, teniendo en cuenta las oportunidades que se presenten para abordar nuevos retos comerciales.

expansión estrella

JUNIO 2007

HIJOS DE RIVERA
27



Hijos de Rivera consigue la certificación EMAS

Las expectativas crecientes de los consumidores y mercados hacen que las organizaciones puedan beneficiarse si reducen los impactos negativos de sus actividades sobre el medio ambiente. La excelencia en el comportamiento medioambiental, que en el pasado se consideraba un mero coste externo, se ha convertido rápidamente en una parte integral de sus intereses económicos. A medida que los problemas medioambientales se hacen más complejos y numerosos, tienen que gestionarse de manera diferente y EMAS ofrece un planteamiento sistemático que da respuesta a esta necesidad.

¿Qué es el Emas?

El Sistema Comunitario de Gestión y Auditoría Medioambientales (Eco-Management and Audit Scheme, EMAS) es un mecanismo voluntario destinado a empresas y organizaciones que quieren comprometerse a evaluar, gestionar y mejorar su comportamiento en materia medioambiental.

EMAS es actualmente el sistema de gestión medioambiental más creíble y robusto del mercado, ya que añade cuatro pilares a los requisitos de la norma internacional para sistemas de gestión ambiental EN/ISO 14001:

- Mejora continua del comportamiento medioambiental.
- Cumplimiento de la legislación ambiental, garantizado por la supervisión de las administraciones competentes.
- Información pública a través de la declaración medioambiental anual.
- Participación de los trabajadores.

EMAS está concebido para ayudar a las organizaciones a mejorar su comportamiento medioambiental y, a su vez, a incrementar su competitividad, por ejemplo, gracias a un mejor uso de los recursos. Al conseguir el registro en EMAS, la organización demuestra a todas las partes

interesadas (consumidores, legisladores, ciudadanos) que evalúa, gestiona y reduce el impacto medioambiental de sus actividades.

¿Quién puede participar en EMAS?

El sistema está abierto a todas las organizaciones públicas y privadas que deseen mejorar su comportamiento en materia de medio ambiente y que operen en la Unión Europea y la Zona Económica Europea.

EMAS no reemplaza la legislación ni las normas técnicas nacionales o de la Comunidad Europea, ni elimina la responsabilidad de las empresas de cumplir con todas sus obligaciones de acuerdo a la ley vigente.

¿Cuáles son los requisitos para que una organización sea incluida en EMAS?

El proceso de implantación del reglamento EMAS implica un compromiso de la organización con el objetivo de cumplir los siguientes parámetros:

- Realizar un Análisis Medioambiental de sus actividades.
- Implantar un Sistema de Gestión Medioambiental.
- Realizar Auditorías Medioambientales.

Estrella Excelente



JUNIO 2007

HIJOS DE RIVERA
28



- Elaborar una Declaración Medioambiental que, una vez validada, se pondrá a disposición del público.
- Pasar a examen su Análisis Medioambiental, el Sistema de Gestión Medioambiental, el Procedimiento de Auditoría y la Declaración Medioambiental.

¿Cuáles son las **ventajas** de la participación en EMAS?

Las ventajas para las organizaciones participantes son muchas. A continuación, algunos ejemplos:

- Ahorro de recursos y reducción de costes
- Gestión medioambiental de gran calidad
- Asesoramiento de calidad por parte de verificadores externos
- Gestión de los riesgos medioambientales
- Garantía del pleno cumplimiento de la legislación medioambiental
- Menor riesgo de multas relacionadas con la legislación medioambiental
- Uso del logo EMAS como herramienta de marketing
- Nuevas oportunidades de negocio en mercados donde los procesos ecológicos de producción son importantes
- Mejores relaciones con los clientes, el entorno local y general y la Administración
- Mayor compromiso de los empleados

Varios Estados miembros han establecido incentivos reglamentarios para la adopción de EMAS. Por ejemplo, las organizaciones de EMAS se pueden beneficiar de intervalos más largos de inspección, reducciones en las tasas de los permisos y/o autorizaciones, licencias tramitadas más rápidamente y mejor acceso a financiación externa.

El compromiso ambiental de Hijos de Rivera

En el caso de Hijos de Rivera que también tiene implantado un sistema de gestión medioambiental en base a la Norma UNE EN ISO 14001, el requisito adicional más significativo para la obtención del Registro EMAS ha sido el desarrollo y verificación de la memoria ambiental.

La memoria ambiental es el documento a través del cual Hijos de Rivera procede a comunicar su actuación medioambiental, tras haber sido verificada por una Entidad Acreditada para ello. Dicha memoria exige una actualización anual y cada tres años se elabora una nueva edición.

Los elementos principales de la memoria ambiental de Hijos de Rivera son:

- Descripción clara y concisa de la organización y de sus actividades, productos y servicios.
- Política ambiental y breve descripción del sistema de gestión.
- Descripción de los aspectos medioambientales más significativos y de sus impactos.
- Descripción de la tendencia ambiental, comportamiento ambiental y cumplimiento administrativo.
- Programa de mejora ambiental.

Dicha declaración medioambiental cuenta como principal ventaja el fomento de una mayor comunicación interna y externa de modo que se permite compartir con la organización todas las mejoras ambientales establecidas en las instalaciones.

IMPORTANTE GRUPO EMPRESARIAL BUSCA UNA PERSONA CAPAZ DE DIRIGIR UN EQUIPO DE ALTO RENDIMIENTO, QUE LO LIDERE Y CONDUZCA AL ÉXITO SE OFRECE:

- Trabajar en un Grupo Empresarial muy activo y dinámico, volcado hacia la Excelencia y Orientado al Cliente, Mercado y Servicio, con alta capacidad de Innovación y que apuesta claramente por el desarrollo de las Personas.
- Planes de desarrollo profesional.
- Retribución acorde a la valía del candidato.

Si crees que eres la persona idónea, solicitamos que verifiques tu grado de ajuste al perfil del puesto que te presentamos.

¿Tienes claro lo que todo ello implica?

Dirigir un Equipo implica conocer a sus integrantes, las expectativas que cada uno tiene, sus objetivos. Supone conocer a fondo la Organización, el entorno en que ésta se mueve, su Cultura, Valores, Misión y Visión. Tu responsabilidad será alinear los objetivos del equipo con los objetivos individuales de cada uno de sus miembros y, a su vez, con los objetivos empresariales, ensamblándolos para que todos se muevan en una misma dirección.

Dirigir significa conducir al éxito. Supone buscar oportunidades de mejora continua e implantarlas. Conseguir resultados. Compartir logros y fracasos. En un Equipo todos sus integrantes son necesarios, todos son complementarios e interdependientes. Hay que obtener el máximo rendimiento de cada uno, fidelizando a las personas y acompañándolas en el camino dentro de un engranaje perfecto. El reto es enorme.

¿Sigues pensando que es tu puesto?

¿Crees poseer todas las competencias necesarias para adoptar el rol de líder?

¿Y qué estilo de liderazgo vas a desarrollar?

Aquí no vale ejercer un estilo "paternalista" (jugar a los favores y las deudas) ni tampoco un liderazgo "pasivo" ("no nos creemos problemas", "actúa como quieras pero no me vengas con historias", "vive y deja vivir"). Por otra parte, sería absurdo implantar un estilo "autoritario": atacaría la propia Cultura de la Compañía, sus mimbres. No podemos jugar a que la autoridad otorgada sirva de refugio para generar actitudes autoritarias. No se deben confundir, el rol es otro. El estilo debe ser participativo, democrático.

Se busca el compromiso, la eficiencia, el resultado y un estilo de liderazgo que lo facilite. Estilo basado en la creencia firme en las personas, facilitador del intercambio de ideas y experiencias en un escenario libre, generando un entorno que posibilite que todos se sientan a gusto. Un escenario en el que todos trabajen para sí mismos y para el Equipo. El rol a jugar es el de conductor de Equipo, no el de "padre", ni el de "jefe".

¿Tienes en cuenta que dirigir un equipo de alto rendimiento significa mucho más?

Dirigir implica creer en las personas y liderarlas. Significa, en definitiva:

- Liderar, conducir al Equipo y llevarlo al éxito, dinamizándolo para que encuentre el mejor camino. Implica estar capacitado para ello, conocer al Equipo, propiciar la retención del talento, enseñar.
- Motivar, generar elementos que faciliten el que todos se sientan partícipes, integrados, vinculados al Equipo y a sus tareas. Que se sientan orgullosos de pertenecer a él y que experimenten como algo suyo el camino a recorrer. Y, sobre todo, que tengan claro que este entorno va a facilitar su crecimiento personal.
- Comunicar, propiciar espacios que permitan el intercambio de ideas en un entorno de libertad en el que el respeto sea un elemento trascendental. Facilitando el acceso a la información y la gestión de la misma. Promoviendo de este modo la cohesión y la interrelación.
- Formar, enseñando conocimientos, habilidades, destrezas y actitudes que favorezcan que cada uno aporte lo mejor de sí mismo. Entendiendo que lo esencial no es enseñar y sí aprender. Construyendo un foro permanente de aprendizaje que responda a objetivos claros que impulsen la andadura. Entrenando en el día a día para ser cada vez más competitivos.
- Delegar, dotar de responsabilidad a todos los integrantes del Equipo, asumiendo las propias y los riesgos que conllevan. Aceptar los errores. Ceder poder, generar autonomía y respaldar las decisiones del otro. Esto implica informar, exponer los resultados esperados, generar confianza, dar apoyo y reconocimiento.
- Resolver problemas, buscar soluciones e implantarlas. Trabajar en un entorno de alta creación en el que el flujo de ideas sea absoluto y la dinámica de participación total. Requiere analizar y buscar las mejoras oportunas para encontrar las soluciones más idóneas a cada problema. Supone creer en el Equipo, tener coherencia, abrir espacios de comunicación multidireccionales, estimular un diálogo tolerante y abierto, movilizar las responsabilidades y respetar a los demás.

¿AÚN SIENTES QUE ERES EL CANDIDATO ADECUADO?

Si es así, te damos la bienvenida a nuestra Compañía. Si, por el contrario, tienes alguna duda no te preocupes. Seguro que estás a tiempo de aprender, de mejorar tus conocimientos, habilidades y aptitudes. Te recomendamos que te esfuerces en ello. Estamos convencidos de que, a corto plazo, podrás ser un eficaz líder de Equipos de Alto Rendimiento.



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 :



Javier Veiga

personaje estrella



Natural de O Grove (Pontevedra), Javier Veiga ha conseguido hacerse un hueco más que destacable en el mundo de la interpretación de nuestro país. A pesar de iniciar los estudios de Arquitectura en A Coruña, abandonó todo para ingresar en la Real Escuela Superior de Arte Dramático de Madrid y dedicarse a los escenarios.

Sus inicios tienen lugar en el teatro, donde ha participado en multitud de representaciones de todos los géneros como *5hombres.com*, *El enfermo imaginario*, *La Celestina* o *Don Juan Tenorio*. Su pasión por las tablas le llevó en 1996 a crear su propia compañía, Teatro Impar, en la que ha invertido grandes esfuerzos por dar voz a clásicos de Chejov, Lorca o Calderón. Esta labor se ha visto reconocida con un gran número de galardones en diversos festivales de teatro nacionales.

Pero lo que realmente le ha dado a conocer al gran público son sus intervenciones en televisión, tanto en series como *Siete Vidas*, *Robles*, *investigador* o *Moncloa ¿dígame?*, como muy especialmente en su etapa como presentador de "El Club de la Comedia".

También ha realizado incursiones destacadas en el cine en películas como *Escuela de seducción*, *Tuno negro* o *El año de la garrapata*.

Algunos tampoco podemos olvidarnos de su participación en campañas de publicidad tan populares como aquella en la que no podía prescindir de su adorada Estrella Galicia.

En la actualidad, Javier Veiga triunfa en los escenarios madrileños con su obra "Amor y Otros Pecados", que escribe, dirige y protagoniza. Un éxito más en la carrera de un actor que ha demostrado contar con muy buena Estrella.





La regata reunió a 400 embarcaciones en la ría de Pontevedra

Semana Naval Ría de Pontevedra

Del 17 al 20 de mayo se celebró la edición 2007 de la Semana Naval Ría de Pontevedra, una fiesta náutica que transformó la ría en un gran escenario de la vela en el que se dieron cita 400 embarcaciones.

Estrella Galicia y Cabreiroá participaron de manera muy activa en un evento que pretende acercar los deportes náuticos a la sociedad. Actividades lúdicas, fiestas, regatas de todo tipo, Parada Naval o Pro-am han servido para que la Semana Naval haya resultado un gran éxito.

Equiocio 2007 alcanza una asistencia record

La décima edición del Salón del Caballo Equiocio 2007 de Ferrol se ha consagrado como un referente de ocio durante la Semana Santa y rompió todas las previsiones iniciales de público. Más de 55.000 personas acudieron al recinto ferial de Punta Arnela durante los cinco días del certamen con el objetivo de disfrutar de la competición de más de 400 jinetes.

El triunfador en esta ocasión fue el portugués Antonio Vozones, sexto del ranking de su país y olímpico en los Juegos Olímpicos de Atlanta. Venció en la prueba final a lomos de *Lacy Woman*. Por su parte, Jesús Baamonde, a lomos de *Juage*, consiguió el triunfo en el trofeo Estrella Galicia.

En la última jornada del certamen, además de las actividades y pruebas de salto, Equiocio albergó a un invitado especial, el conocido periodista Luis del Olmo, que fue nombrado jinete de honor de Equiocio 2007.



El certamen hipico reunió a más de 400 jinetes



La FAPE rindió homenaje al periodista coruñés Wenceslao Fernández Florez

Estrella Galicia, presente en la Asamblea FAPE

La Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE), que integra a cerca de cincuenta asociaciones profesionales en todo el país y a más de 15.000 periodistas, celebró a finales del mes de marzo en A Coruña su LVI Asamblea General, en la que, además de tratar los asuntos relativos al funcionamiento interno de la organización, se realizó una valoración sobre la situación de la profesión hoy en España.

El presidente de la Federación, Fernando González Urbaneja, dio a conocer durante el encuentro el nombre del galardonado con el premio FAPE que recayó en esta ocasión en Manu Leguineche, destacando su "intachable ejercicio de la profesión, la libertad y la dignidad personal en su trabajo".

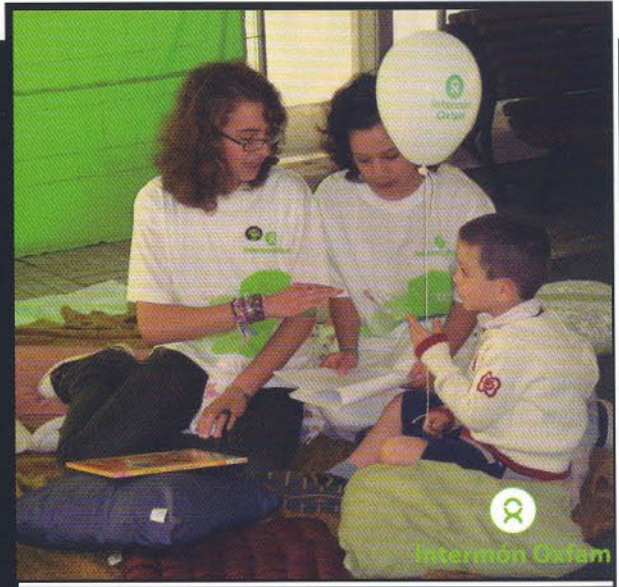
Estrella Galicia quiso acompañar a estos profesionales a lo largo de su encuentro y los más de 150 asistentes pudieron disfrutar de nuestros productos en los diferentes eventos programados.

Un Día para la Esperanza

Intermon Oxfam celebró una jornada festiva con el objetivo de dar a conocer a los ciudadanos la situación de los países más desfavorecidos, informar sobre sus actividades y promover la cooperación con otros pueblos.

Bajo el lema "Un Día para la Esperanza", Intermon Oxfam logró congregarse a multitud de coruñeses en los Jardines de Méndez Núñez para compartir esta fiesta de la solidaridad con los voluntarios de la organización. Cabreiroá no pudo dejar pasar la ocasión de apoyar con su presencia esta iniciativa.

La fiesta incluyó diferentes actividades lúdicas dirigidas a todos los públicos, desde juegos infantiles a stands de información y muestras de artesanía o de productos de comercio justo, hasta actuaciones musicales.



La jornada contó con actividades lúdicas para los más pequeños



fundación
vigo
deporte

vide

La Fundación Vigo en Deporte celebró su gala de entrega de becas

Cabreiroá, con el deporte de base

El pasado 18 de abril se celebró la gala de entrega de la V Convocatoria de Becas que cada año organiza la Fundación Vigo en Deporte con el objetivo de dotar de apoyo financiero a los deportistas, clubes y federaciones deportivas viguesas.

Durante el evento, presidido por la Concejala de Deportes de Vigo, Lucía Molares, diversas entidades tuvieron la oportunidad de hacer entrega oficial de dichas ayudas a los premiados que, en el caso de Cabreiroá, se otorgó en la categoría Club de Base al Club Ciclista Vigués.

Desde sus inicios, la Fundación Vigo en Deporte centra su actividad en el fomento de todo tipo de actividades deportivas en la ciudad de Vigo. Su labor tiene como meta el fortalecimiento de diferentes disciplinas de modo que se consolide la celebración de grandes eventos deportivos en la ciudad y se propicie el desarrollo de deportistas de élite. En este marco, la colaboración de empresas como Cabreiroá resulta fundamental como apoyo al deporte de base.

TÚ SI QUE TIENES ESTRELLA

Anímate a participar.



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.

comunicacion@estrellagalicia.com

Tel: 981 901 906 Ext: 5254

Chuletitas de cordero rellenas



Ingredientes:

Para 6 personas:

Chuletillas de cordero	6 por persona
Tiras de bacon	6 por persona
Ciruelas pasas	3 un.
Jugo de cordero	1/2 vaso
Salsa de soja	1/4 vaso
Jengibre fresco	1 nuez
Azúcar	25 gr
Sal	c.s.



Preparación:

En primer lugar, cortamos las ciruelas a la mitad y las pegamos a las chuletillas por el lado del lomo. Las envolvemos con bacon y las ponemos a punto de sal.

Para la salsa, reducimos el jugo de cordero hasta que tenga un poco de cuerpo y sabor (podemos hacer un caldo con los huesos tostados, un puerro, una zanahoria y un tomate pasados por la plancha). Mezclamos el azúcar con la salsa de soja y terminamos rallando el jengibre para refrescar la salsa. Dejamos hervir durante un par de minutos y ya estará lista.

Justo antes de servir, hacemos las chuletillas en la brasa o en la sartén dejándolas bien doradas para que el bacon tenga un punto crujiente y aliñamos con la salsa (o bien simplemente vamos mojando).

Presentación:

Podemos presentar las brochetas de muchas formas distintas y con variadas guarniciones de verdura, puesto que es un plato potente de sabor.

Maridaje:

Esta preparación contiene una gran cantidad de sabores fuertes y distintos entre sí. El dulce de la ciruela, el salado del bacon y su toque ahumado, el sabor a cordero, el jengibre bien fresco, el salado de la salsa de soja, etc..

Esta complejidad se presenta perfecta para maridarlo con cerveza 1906 dado su especial carácter. Los tonos dulces y tostados de esta cerveza, así como el toque fresco y ácido del carbónico y su peculiar lupulado hacen que la mejor forma de degustar estas sorprendentes chuletillas sea con una 1906 al lado. No dejéis de probarlo.



Eusebio Delgado Gómez

Jefe de Cocina
Cervecería Estrella de Galicia Burgos
Giste Cervecería, S.L.U.

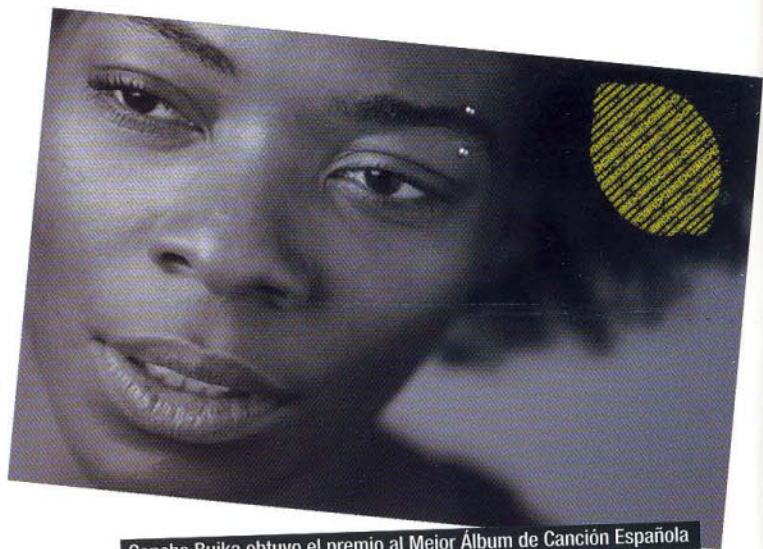
Casa Limón triunfa en los Premios de la Música

La factoría Casa Limón fue uno de los grandes triunfadores en la XI Edición de los Premios de la Música que se dieron a conocer en una gala celebrada en el Gran Teatro de Córdoba el pasado 29 de marzo.

La vocalista China Patino fue la encargada de hacer entrega del premio al Mejor Álbum de Canción Española que recayó en "Mi niña Lola" de Buika, que no estuvo presente para recogerlo por encontrarse haciendo disfrutar a su público con su música en A Coruña.

Poco después tuvo que salir al escenario Javier Limón para agradecer el galardón al Mejor Productor Artístico, también por el álbum de Buika. Y posteriormente se desveló el ganador del premio al Mejor Álbum de Música Tradicional, que recayó en "Tinta Roja", el personal homenaje al tango de Andrés Calamaro.

Entre el resto de los galardonados hay que destacar al grupo Dover, que se alzó con tres premios de los seis a los que optaba, y al cantautor Raimon, que

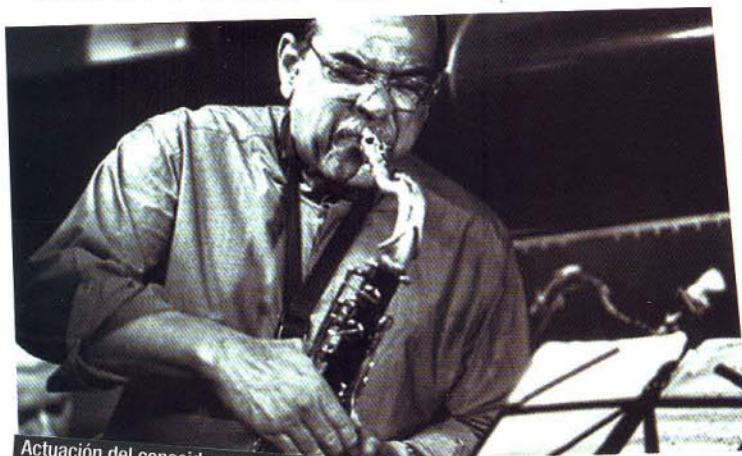


Concha Buika obtuvo el premio al Mejor Álbum de Canción Española

recibió, acompañado por una gran ovación del público, el Premio de Honor en reconocimiento a sus más de 40 años de trayectoria.

La Academia de las Artes y las Ciencias reunió en la ciudad andaluza a lo más granado del panorama musical español en torno a un acontecimiento en el que Estrella Galicia, a través de Casa Limón, estuvo más presente que nunca.

Jazz Filloa Off Festival 2007



Actuación del conocido saxofonista Ernie Watts

FILLOA OFF FESTIVAL 2007

TRANSATLANTICA 'Ernie Watts'
 Jueves 19 Abril / 22.30, 23.30
 Ernie Watts, saxos
 Miguel Braga, piano
 Marcos Muñoz Ortega, trompeta
 su tío, contrabajo y bajo
 Carlos Carl, batería
 entrada: 10€

CARLOS LOPEZ Sexteto
 Miércoles 25 Abril
 22.30, 23.30
 Miguel Coto, trompeta
 Roberto Somoza, saxos
 Arturo Serra, vibración
 Oscar de Sica, piano
 José Ferrer, contrabajo
 Carlos López, batería
 entrada: 10€

MONKILLOS
 Miércoles 2 Mayo / 22.30, 23.30
 Mercedes Solís, guitarra
 Xacobe Mera López, contrabajo
 Miguel Cabrita, batería
 entrada: 5€

rúa Canga nº24A B1 80400 / A CORUÑA

A lo largo del mes de abril, los aficionados al jazz más genuino tuvieron una cita ineludible en el Jazz Filloa Off Festival, un ciclo que logró reunir a artistas nacionales e internacionales de gran talento y que llenó el aforo del local con un público entregado.

El Filloa Jazz Club, fundado en los 80, ha mantenido una constante apuesta por el jazz desde sus inicios y el local es un entorno mítico para todos los aficionados a este género musical, no sólo en A Coruña sino en toda Galicia.

El festival se inauguró el jueves 19 de abril con la actuación de Ernie Watts, saxofonista reconocido a nivel internacional, acompañado por un equipo extraordinario de músicos y continuó en semanas sucesivas con las actuaciones de Carlos López Sexteto y Monkillos.

Hijos de Rivera no ha podido dejar de implicarse en este proyecto de la mano de su cerveza Reserva Especial, 1906, en línea con la vocación de apoyo constante a la música de calidad de la compañía.

El Playa Club vibró con la mejor música

Durante los últimos meses, el Playa Club de A Coruña ha sido el escenario de una serie de conciertos que han movillado a multitud de aficionados a los más diversos estilos musicales. El ciclo comenzó el pasado 24 de marzo con la actuación del grupo estadounidense Elvez, que hicieron gala de un estilo muy personal. Los seguidores de los Ronaldos tuvieron oportunidad de disfrutar de su reaparición discográfica el 14 de abril y Josele hizo vibrar a sus fieles el 19 de abril. Por último, y al más puro estilo *british*, Ladytron ofreció un concierto único a todos sus fans coruñeses.



Los conciertos atrajeron a un numeroso público joven

Festival do Norte 2007



Deluxe fue uno de los grupos estrella del Festival



La sexta edición del Festival do Norte convocó en el recinto Fedexga de Vilagarcía de Arousa a más de 3.000 personas durante el 18 y 19 de mayo. Las sesiones de música en directo abarcaron los más diversos estilos, desde el pop y rock, hasta un espectáculo de DJ's, reuniendo a un total de 16 grupos en tres escenarios diferentes.

Esta cita de la música independiente se afianza cada año que pasa y en esta ocasión ha reorientado su cartel con la participación exclusivamente de artistas españoles. Grupos como Deluxe, CatPeople, Igloo, Triángulo de Amor Bizarro o The Blows en el escenario principal, el Estrella Galicia, lograron un seguimiento incondicional por parte de sus fans.

Por otra parte, se habilitó una zona de acampada cerca del recinto en la que multitud de jóvenes pasaron dos días entregados a la música y al ambiente que, de forma creciente, se va generando alrededor de este Festival. Estrella Galicia, al igual que en anteriores ediciones, quiso apoyar con su presencia este evento que se ha convertido en un todo un referente de la música independiente nacional.

Comienza la Gira 2007 MAKETON ESTRELLA GALICIA

La Fiesta Universitaria San Vicente que se celebró el 27 de abril fue el punto de partida para la Gira 2007 MAKETON ESTRELLA GALICIA. Este evento, organizado por los alumnos de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de Vigo, combina actividades lúdicas y deportivas con un potente cartel musical.

Este año la fiesta integró a tres nuevos y emergentes proyectos locales que dejaron un gran sabor de boca. Como inicio de la celebración, el concierto de los jovencísimos ARTEFACTOS, que hicieron gala de su frescura con un rock muy contemporáneo. Tras ellos subieron al escenario THE SKALOPINS, uno de los nuevos grupos de la escena gallega. Letras combativas y sonidos mes-tizos amenizaron una tarde más que completa. Y, cerrando esta edición, llegaron THE SOUL JACKET, uno de los combos rockeros más potentes del sur de Galicia que cautivó a las más de 1.500 personas que, durante toda la jornada, desfilaron por este concierto integrado en la Gira 2007 MAKETON ESTRELLA GALICIA.

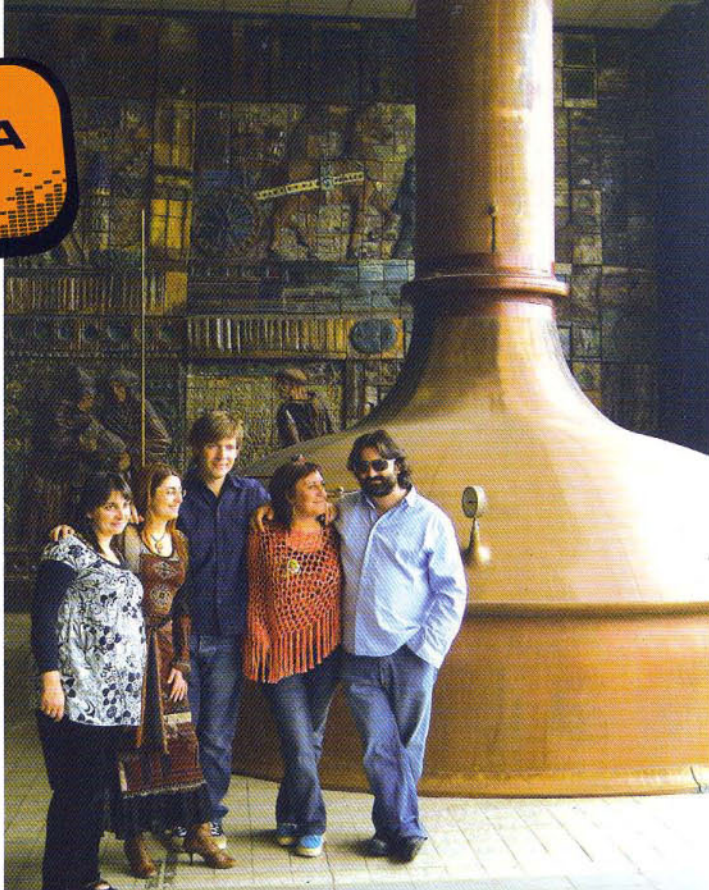
maketon.com
Estrella Galicia



Los estudiantes disfrutaron al máximo de los conciertos



LA TIERRA DEL AGUA



Javier Limón, Budiño, Uxía y Leilía acudieron a la presentación del disco en fábrica

El Festival de Ortigueira 2006 fue un acontecimiento muy especial para Estrella Galicia y se convirtió en la mejor forma de conmemorar el Centenario de la compañía a través de un elemento recurrente en nuestra trayectoria, la música.

Más de cien mil personas disfrutaron de este espectáculo único en el que Estrella Galicia impulsó un ejercicio de mestizaje genial entre el equipo de músicos de Casa Limón y reconocidos artistas gallegos. Bajo la batuta de Javier Limón, fuimos testigos de la fusión de las raíces musicales gallegas con palos de flamenco, ritmos brasileños, percusión cubana y la esencia del jazz. Un concierto irreplicable que consiguió emocionar a todos los presentes.

Ese encuentro se ha materializado en el disco *La Tierra del Agua*, en el que el talento de Buika, Jerry González, el Niño Josele o Hip Hop Roots conviven con las últimas tendencias del folk gallego de la mano de Uxía, Budiño o Leilía.

Para Estrella Galicia es un orgullo poder compartir el resultado de este proyecto discográfico tan innovador

con Galicia y los gallegos. Se trata de un sueño hecho realidad del que sin duda disfrutarán todos los amantes de la buena música.

Presentación en fábrica

La Tierra del Agua se presentó a los medios de comunicación el pasado 1 de junio en las instalaciones de la fábrica de Estrella Galicia. A la rueda de prensa acudieron algunos de los protagonistas del disco, como Javier Limón, Uxía, Budiño y Leilía. Los artistas coincidieron en subrayar la gran oportunidad que ha supuesto para ellos participar en este proyecto y su deseo de repetir la experiencia de disfrutar de un nuevo concierto en directo.

Ignacio Rivera, Director General de Hijos de Rivera, manifestó su satisfacción por el resultado obtenido en el disco, fruto de la combinación de talentos y voluntades. A su vez, José María Rivera, Consejero Delegado de la compañía, dibujó un claro paralelismo entre la música y la cerveza por "su capacidad para crear momentos".



Los artistas expresaron su agradecimiento a Estrella Galicia por impulsar este proyecto musical

JUNIO 2007

HIJOS DE RIVERA
40

MOVIMIENTO DE AMIGOS PARA INVITAR A UNA ESTRELLA



WWW.MAPIE.ES



GALICIA - ESCAPADA

3 días

en A terra da nai auga

viernes

Circuito Termal

sábado

Ruta Xacobeo, Arousa y Ulla

domingo

Estancia libre con encanto

very
interesante

Alojamiento

Desayuno

Traslados

Guía

Almuerzo ruta

www.deloa.es

606 02 62 02

The Community Initiative

eQual



zurich



Vista panorámica del casco histórico de Zurich en el que destacan las dos torres del Grossmünster

Cosmopolita y elegante, Zurich es la ciudad más grande de Suiza (337.900 habitantes) y también su centro cultural y de negocios. Además, hasta que en 1848 el título le fue transferido a Berna, aquí funcionó su capital política. Está ubicada entre montes cubiertos de bosques, junto al lago Zurich y sobre ambas márgenes del río Limmat. Acaso por eso conserva cierta mística de pueblo de montaña.

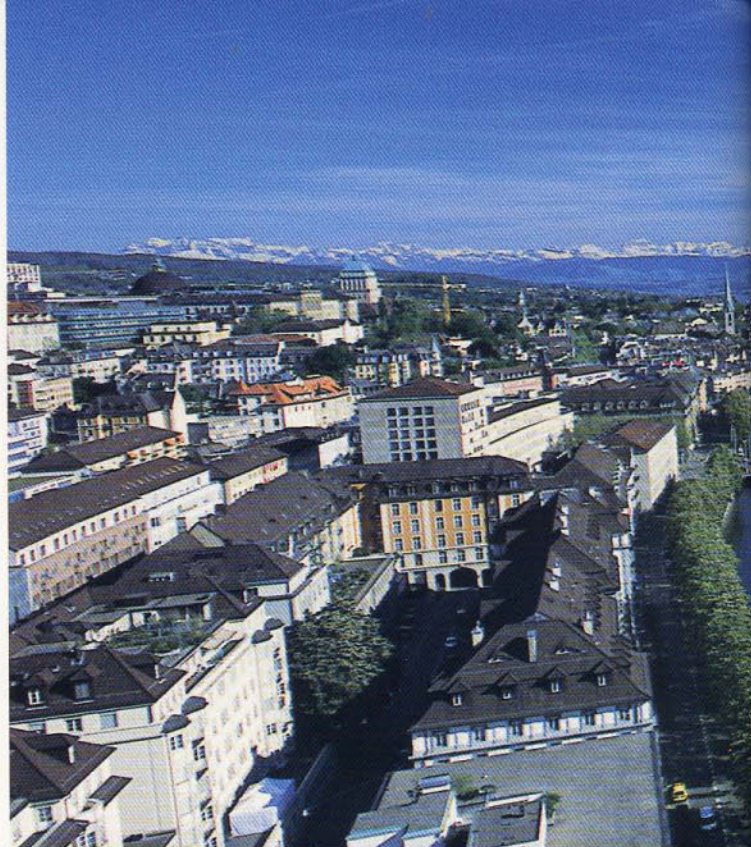


Más allá de la belleza de su paisaje —el lago azul y las montañas nevadas— y una calidad de vida envidiable, Zurich es símbolo de la prosperidad capitalista. Y eso está en sus cimientos, pocos metros debajo de la superficie de la avenida principal, Bahnhofstrasse. Allí, en las bóvedas subterráneas de los ya célebres bancos suizos, está celosamente custodiado gran parte del oro y el dinero de los poderosos del mundo.

Zurich es, antes que nada, un paisaje de bancos, palacios del siglo XIX y tilos que no se inmutan ni por el paso del tranvía. Como Bahnhofstrasse está cerrada al tráfico, el ambiente sólo se quiebra en las horas punta con el leve bullicio que provoca el transitar de viandantes que se dirigen a sus casas a las afueras de la ciudad.

Para acercarse al lago hay que seguir por Bahnhofstrasse hasta Bürkliplatz, donde el puente Quaibrücke conecta ambas orillas del Limmat. Desde los paseos que bordean las aguas, las vistas son únicas. El más famoso es Limmatquai, en el centro de la ciudad, aunque la gente de Zurich prefiere los jardines de Uto Quai y Quai Brücke.

En esta ciudad de bajas temperaturas es casi un desperdicio no navegar por este lago de mayo a setiembre, cuando el termómetro marca de media 20 grados. Los barcos tienen restaurante y bar; sólo hay que sentarse y disfrutar del paisaje de casitas de cuento que pueblan las laderas y cumbres nevadas que se recortan en el cielo azul. Así, se puede llegar hasta Rapperswil, más conocida como la "ciudad de las rosas", en el sudeste.



Encantos de la ciudad vieja

Altstadt es la ciudad vieja. Calles irregulares y balcones de madera que desafían la fuerza de la gravedad desde la Edad Media son testigos de capítulos fundamentales de la historia suiza. Aquí se vivieron hechos históricos, como la toma del gobierno por parte de artesanos en el siglo XIV y, en el XVI, la prédica de Ulrico Zwinglio, en la Catedral, en favor de la Reforma.

Caminaron por los empedrados de estos estrechos pasajes personajes como Carlomagno, Goethe, Einstein, Lenin y Joyce. Y hoy son turistas los que visitan sus galerías de arte, boutiques, restaurantes y anticuarios. El marco son casas del siglo XII y antiguas fuentes. Pero el corazón de esta zona es la plaza de Münsterhof, donde funcionaba en el Medievo un mercado de animales. Enfrente, el viejo ayuntamiento Zunfthaus zur Waag, de 1637.

A pocos pasos está Fraumünster, una iglesia gótica del siglo XIII, con vitrales de Giacometti y Marc Chagall. Para una panorámica de la ciudad vieja, los turistas suben a Lindenhof, una plaza sobre una colina donde se conservan restos de muros romanos.

No sucumbir a la tentación de los aromas del chocolate es imposible en la ciudad suiza que hace maravillas con el cacao, donde las trufas se pesan como oro. Para disfrutar de esta tradición, resultan muy recomendables locales como 4Sprüngli y Teuscher.

Caminando otra vez por la Bahnhofstrasse uno se topa con el Café Sprüngli, el más elegante de la ciudad. Pero conviene demorarse un rato en el legendario Voltaire. Allí, en 1916, nació el dadaísmo, uno de los principales movimientos artísticos y literarios de vanguardia, que fijó como objetivo nada menos que la destrucción del orden.

Las proclamas desaparecieron. O quedaron en la historia. Pero todo ocurrió, puede pensarse mientras se apura un café, en la misma ciudad, en la misma calle donde ahora, con tanto celo, se custodia oro y dinero de todas partes del mundo.



El río Limmat atraviesa la ciudad en su imponente discurrir hacia el lago Zurich



Suiza en breve

Capital: Berna

Forma de gobierno: República Federal

Organización territorial: 26 cantones

Población: 7,4 millones de habitantes
(20% de extranjeros)

Superficie: 41.300 kilómetros cuadrados

Lenguas nacionales: Alemán (63,7%), Francés (20,4%), Italiano (6,5%), Romanche o retorromano (0,5%)

Moneda: Franco suizo

PIB per Cápita: 32.000 \$

Esperanza media de vida: 80,5 años



Historia

Zúrich aparece a la luz de la historia en el año 15 antes de Cristo, cuando el emperador César Augusto -sobrino-nieto y sucesor de Julio César-, estableció una zona aduanera a la orilla izquierda del río Limmat bajo el nombre de Turicum.

Durante la Edad Media se convirtió paulatinamente en un centro económico, cultural y religioso. En 1218 adquirió el estatuto de ciudad libre bajo el Sacro Imperio Romano Germánico. En 1336, los cada vez más poderosos mercaderes y artesanos se agruparon en gremios y corporaciones que tomaron el control del gobierno de la urbe.

En el año 1351 ingresó en la Confederación Suiza donde pronto logró establecerse como socio líder junto con Berna y Lucerna.

Zúrich siempre estuvo a la vanguardia de nuevos desarrollos: lideró las fuerzas protestantes en la Reforma en el siglo XVI, sus políticos liberales protagonizaron un papel clave en el establecimiento del Estado federal moderno en 1848 y sus empresarios fueron la piedra angular de la revolución industrial en Suiza en el siglo XIX.



dónde tomarse una estrella



Toro Bar
Schöneeggtrasse 25 · 8004 Zurich
T. 00 44 291 5255 · Suiza



Guiño al pasado

años 60

En los años 60, las inversiones realizadas en la fábrica de Estrella Galicia no se limitaban sólo a la adquisición de tecnología, era preciso dotarla de una nueva arquitectura industrial con el objetivo de triplicar la producción y dar respuesta al significativo incremento de la demanda. De este modo, se inició la remodelación y ampliación de la fábrica de Cuatro Caminos. Además, se rehabilitó el despacho directo de cerveza a los clientes en la cervecería de La Estrella.

D. Ramón Rivera Illade falleció en 1964 habiendo superado con éxito el traspaso de poderes a sus hijos José María y Ramón, quienes heredaron el reto de realizar el tránsito de una pequeña empresa a una firma de mayor escala.

A pesar del esfuerzo modernizador acometido en la fábrica a través de la adquisición de tecnologías avanzadas como un nuevas cubas de fermentación o una gran planta embotelladora, la factoría de Cuatro Caminos había llegado a su límite de crecimiento.

En 1967 se tomó la decisión de adquirir terrenos en el polígono de Agrela. El solar contaba con una superficie de algo más de 31.000 metros cuadrados y se había calculado una producción teórica de 500 mil hectolitros, frente a los 100 mil producidos en Cuatro Caminos en aquel momento. A finales de 1968 comenzaron los trabajos de construcción.



También en esos años...



1961- Continúa el proceso de descolonización en África¹. Primer vuelo espacial tripulado del soviético Yuri Gagarin. Se empieza a construir el muro de Berlín. Estreno de *West Side Story*.

1962- Empieza el Concilio Vaticano II². Estalla la crisis de los misiles de Cuba. Fallece Marilyn Monroe.

1963- Se conecta el teléfono rojo entre los presidentes de Washington y Moscú. Asesinato de John F. Kennedy³. Se otorga el Nobel de la Paz a la Cruz Roja.

1964- Invasión turca de la zona norte de Chipre. IBM presenta su primer modelo de computadora.

1965- Nace la OLP en Palestina. Ceausescu es nombrado jefe de estado en Rumanía. Comienza la Guerra de Vietnam. The Beatles editan *Help!*⁴.

1966- Se celebran manifestaciones multitudinarias contra la Guerra de Vietnam. Comienza la sangrienta Revolución Cultural en China. Fallece Walt Disney.

1967- Se incendia el Apolo I durante su despegue. Primer trasplante de corazón en Sudáfrica. Golpe de Estado de los Coronales en Grecia. Fallece el Che Guevara. García Márquez publica *Cien años de Soledad*.

1968- Revolución universitaria en Francia⁵: el Mayo francés. Martin Luther King es asesinado. Tiene lugar la Primavera de Praga, aplastada por los tanques soviéticos. Massiel gana el Festival de Eurovisión.

1969- Primer hombre sobre la luna: Neil Amstrong⁶. Sinatra publica *My Way*. Se celebra el Festival de Woodstock⁷, icono de la generación hippie.

1970- Primer vuelo comercial del Jumbo. El boxeador Mohammed Alí anuncia su retirada. Se celebra el Mundial de Fútbol de México.



+ “Caixa Galicia responde ás necesidades do meu sector”

NOVAS RESPPOSTAS PARA NOVOS RETOS.

A novos tempos, novas respostas. En Caixa Galicia témolo claro, por iso naceu “a resposta personalizada para empresas”, unha completa gama de **produtos** e **servizos innovadores** para cubrir todas as necesidades das empresas.

Veña a calquera oficina de Caixa Galicia ou chame ao **902 022 500** e infórmese.

