

mundo estrella



actualidad | tendencias | eventos | viajes | gastronomía

nº 8

Julio 2008

- noticias
- Nuevos lanzamientos
- actualidad
- Innovación
- música
- Niña de fuego

especial *ferias*



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 comunicación 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 superarnos cada día y contamos con todos nuestros clientes para conseguirlo.



Atención al CLIENTE,
nuestra **prioridad**

José María Rivera
Consejero Delegado
HIJOS DE RIVERA, S.A.



¿Supertramp o Coppola?

Parece que se anuncia temporal y fuerte marejada en el Atlántico... Reconozco que a veces tengo dudas entre apuntarme con aquellos que recomiendan capearlo en cubierta al son del “Crisis what crisis” del mítico grupo británico, o seguir a los que prefieren refugiarse en el camarote atentos al “Apocalypse now” del genio americano...

Probablemente ambas opciones son tan válidas como rechazables y seguramente lo recomendable sea combinar ingredientes de ambas pero, en todo caso, y así lo podréis observar en esta revista, nosotros seguimos navegando...

Por cierto, tal vez estas situaciones son también propicias para explorar nuevas músicas, películas e incluso océanos...

Buena travesía...





n°08 julio 2008

Edita: Hijos de Rivera S.A.

Dirección y redacción: Área de Comunicación

Fotografía: Gabi Gago, Gabriel Tizón, Jimena Berenguer, Embajada de Rusia y Deporte Campeón

Colaboraciones: José Luis Olmedo, Manel Pérez Piñón, Francisco Rodríguez Lama, José Yera y Álvaro González



sumario



6	noticias
12	en primera persona <i>Aya Sueiro</i>
14	actualidad <i>Innovación</i>
16	expansión <i>estrella</i>
18	temas <i>estrella Citas célebres</i>
20	<i>estrella por dentro PLV</i>
22	<i>estrella excelente OSHAS</i>
25	especial <i>ferias</i>
31	<i>estrella responsable</i>
32	<i>factor H</i>
35	<i>en ruta</i>
37	<i>personaje estrella Marcelo Tejedor</i>
38	eventos
40	son <i>estrella galicia</i>
45	gastronomía
47	viajes <i>Moscú</i>
50	<i>guiño al pasado 1976</i>

Reconocimiento a la trayectoria de Estrella Galicia

El pasado 14 de abril, José María Rivera, consejero delegado de Hijos de Rivera, recibió, en representación de Estrella Galicia, el Premio a los 100 años en la actividad empresarial que otorga la Cámara de Comercio de A Coruña de manos de su presidente, José Antonio Quiroga y Piñeyro. Con esta distinción se reconoce la trayectoria de compañías que hayan cumplido un siglo ininterrumpido en el ejercicio de su actividad y que hayan contribuido a promover el empleo y el desarrollo social de la ciudad.



José María Rivera recibió el galardón de manos del Presidente de la Cámara.



Durante el acto de entrega, al que asistió una nutrida representación de la familia Rivera así como los miembros del Pleno de la Cámara, Quiroga y Piñeyro señaló a Estrella Galicia como “modelo de negocio y gestión, así como una referencia identitaria para todos los gallegos”.

“Apadrina a un amigo, invítale a una Estrella”

El humor y Galicia son los dos conceptos que protagonizan la nueva campaña de Estrella Galicia que salió a la luz el pasado 4 de mayo. El monologuista gallego Rober Bodegas, ganador de El Rey de la Comedia en 2007 y actual colaborador en diversos programas de radio y televisión, es la figura central en una serie de spots publicitarios que de forma sucesiva

aparecerán en televisión así como en otros soportes como prensa, vallas o autobuses.

MAPIE.ES recogerá todo el movimiento de la campaña, mientras que en nuestra web www.estrellagalicia.es se difundirán todos los patrocinios de música, deporte así como información corporativa.



Experiencia y futuro



En el marco del Ciclo de Conferencias Experiencia y Futuro “Los conocimientos de empresarios de éxito para los profesionales del mañana”, organizado por el Consello Social de la Universidad de A Coruña, Ignacio Rivera, Director General de Hijos de Rivera, impartió una clase magistral a los alumnos de la Facultad el pasado mes de abril.



La charla, que contó con un gran poder de convocatoria, versó sobre la trayectoria de nuestra compañía y las estrategias necesarias para triunfar en un mercado cada día más competitivo. Al concluir la clase se generó un animado coloquio durante el que los asistentes tuvieron la oportunidad de formular sus preguntas y expresar sus opiniones sobre la presentación.

Hijos de Rivera, cuarto grupo cervecero de España

Hijos de Rivera se ha situado como el cuarto grupo cervecero español tras alcanzar una producción de 95,9 millones de litros en 2007. Este dato supone un crecimiento de un 3,75% respecto a las cifras obtenidas en el ejercicio anterior, un incremento porcentual superior al alcanzado por el resto de cerveceras que operan en el mercado nacional, cuya media se sitúa en un 2,24%. De este modo supera en el ranking a la multinacional South African Breweries, propietaria en nuestro país de Cervecería de Canarias.



El lúpulo se prepara para la cosecha



El cuidado de la plantación exige una larga serie de procesos agrícolas.

En los últimos meses se han realizado una serie de trabajos en la plantación de lúpulo con la que cuenta Estrella Galicia en el Centro de Investigaciones Agrarias de Mabegondo (A Coruña) con el objetivo de dar continuidad al proceso de crecimiento de la planta, garantizando la calidad de la flor obtenida en la cosecha que tendrá lugar en el mes de septiembre próximo.

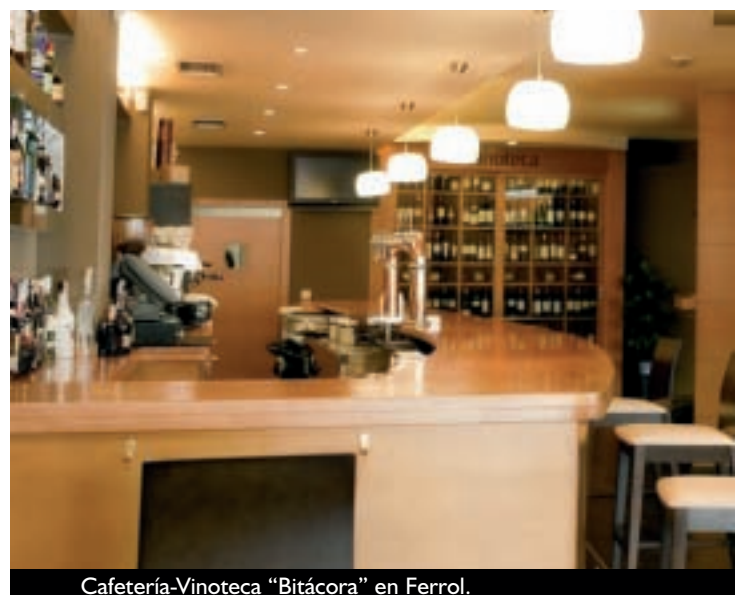
Desde que la estructura de postes y alambres estuvo instalada tanto en la nueva parcela (Govia) como en la de años anteriores (Ventosa), se ha llevado a cabo el abonado y la poda. Y posteriormente se han colocado las trepas para realizar el entutorado de la planta a finales del pasado mes de abril.

Desymo

Desymo ha entregado recientemente algunos de los proyectos que había emprendido en los últimos meses. Entre ellos, destaca la Cafetería-Vinoteca "Bitácora" en Ferrol y una espectacular cervecería de tanques en Sanlúcar de Barrameda, la Cervecería "La Pipiola", que será la primera de un ambicioso proyecto de franquicias por todo el territorio nacional.

Además, la conocida fábrica de helados "La Ibense-Bornay" de Sanlúcar de Barrameda ha confiado a Desymo la construcción de su nuevo concepto de franquicias "Sunrise&Sunset", con un original diseño urbano, donde estarán presentes los principales productos de Hijos de Rivera.

Por otra parte, y después de haber consolidado el departamento de calidad, Desymo ha optimizado notablemente la gestión de las obras, así como su servicio postventa, clave para la gestión integral de locales.



Cafetería-Vinoteca "Bitácora" en Ferrol.

Celebramos el 800 aniversario de A Coruña

El Consejero Delegado de Hijos de Rivera, José María Rivera y el alcalde de A Coruña, Javier Losada, firmaron el pasado 20 de mayo en el Palacio de María Pita un convenio de colaboración para apoyar los actos organizados con motivo de la conmemoración del octavo centenario de la ciudad.

José María Rivera subrayó la tradicional vinculación de la empresa con la ciudad y su firme compromiso con la sociedad coruñesa. Por su parte, el Alcalde mostró su satisfacción por el respaldo recibido para esta celebración y agradeció a la compañía su interés por participar en esta iniciativa.



La firma del convenio refleja la vinculación de la empresa con la ciudad.

“La cerveza sin alcohol que sabe a cerveza”



La campaña de River se desarrollará a lo largo de todo el verano.



La cerveza River se acerca a los consumidores este verano a través de una acción promocional en el canal de alimentación por la que regalará 3.000 euros a la semana. Esta iniciativa se da a conocer en una campaña que se emitirá en diversos medios de comunicación a lo largo de toda la temporada.

De este modo, River pretende consolidar su posición dentro del segmento de cervezas sin alcohol con sus marcas River Sin y River Zero. Este segmento goza de una excelente salud en España, que se sitúa como líder europeo en consumo de cerveza sin alcohol, que ya supone un 15% del total de litros vendidos.

Terramaior, galardonado con el Bacchus de Plata 2008

El albariño Terramaior ha sido galardonado con el premio Bacchus de Plata 2008 dentro de la categoría de vinos blancos en el marco del Concurso Internacional que cada año organiza en Madrid la Unión Española de Catadores con el aval del Ministerio de Agricultura de España y las principales organizaciones internacionales del mundo del vino.

Este reconocimiento a la calidad de Terramaior cobra una especial relevancia si tenemos en cuenta que esta edición del certamen registró cifras récord en cuanto a los vinos presentados, con un total de 1683, que fueron evaluados por más de 80 profesionales procedentes de 17 países.



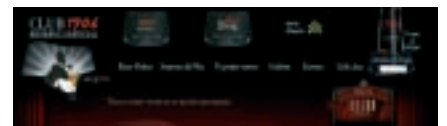
Club 1906 Reserva Especial



Los consumidores de 1906 están de enhorabuena con la creación del Club 1906, un ámbito online en el que tendrán acceso a todos los contenidos vinculados a esta cerveza tan especial. Dentro de la web www.club1906.es, los asociados podrán informarse acerca de todos los eventos musicales de los que participa la marca bajo el concepto "Tu momento, tu música", desde el Jazz hasta Casa Limón. Además, contará con un Bazar Deluxe con el fin de obtener regalos o participar en una subasta de artículos exclusivos y fomentará la participación de los usuarios a través de blogs, galerías de fotos, concursos y otras sorpresas.

Los asociados al Club 1906 disfrutarán de un gran número de ventajas.

El Club 1906 Reserva Especial pretende transmitir una forma de entender la vida, de disfrutar de grandes momentos, de la música, de la cerveza. El Club es algo exclusivo, que te permite formar parte de mi marca de cerveza preferida.



Compartiendo experiencias profesionales



Ignacio Rivera impartió una charla sobre la estrategia de Hijos de Rivera.

Ignacio Rivera, Director General de Hijos de Rivera, fue el protagonista de un workshop organizados por Daemon Quest con el objetivo de que líderes empresariales de diferentes países compartan experiencias en su estrategia y operativa comercial y de marketing. En esta ocasión, una delegación de directivos de Pepsico de México, empresa con más de 15.000 empleados y una facturación que alcanza los 750 millones de dólares, se acercaron a Madrid y mantuvieron un encuentro con Ignacio Rivera en el que pudieron conocer de cerca la evolución de nuestra compañía y sus estrategias empresariales.

Tecnología de vanguardia aplicada a la cerveza

Estrella Galicia ha participado en un estudio de la Universidad de Valladolid que pretende incrementar el conocimiento sobre los fenómenos cualitativos y cuantitativos que vive la cerveza a lo largo de su proceso de maduración y posterior envejecimiento. Para dicho análisis, se han empleado de forma experimental la nariz y la lengua electrónicas, una tecnología innovadora que permite alcanzar mayor exactitud a la hora de establecer la caracterización organoléptica de los alimentos.



La nariz y la lengua electrónicas se han empleado de modo experimental.

Crema de orujo **QUENZA**

Desde el pasado mes de abril el portfolio de Hijos de Rivera cuenta con un nuevo producto dentro de la gama Quenza: la crema de orujo. De este modo se suma a otras bebidas destiladas de la compañía como el orujo, licor de hierbas y licor café que ya se comercializan bajo esta marca desde 2005.

Todos ellos se elaboran en la planta industrial de Sidrería Gallega en Chantada y se presentan como productos de gran calidad y cuidada elaboración con un envase de estilo vanguardista.

La crema de orujo, elaborada a base de aguardiente de orujo, canela, crema de leche y azúcar de caña, ha contado con una gran aceptación desde su lanzamiento, tanto en alimentación como en hostelería.



HR actualiza su imagen

Desde el pasado mes de mayo, la cerveza HR ha renovado todos sus envases dirigidos al canal de alimentación. La nueva imagen, que afecta a todos los formatos y agrupaciones de botellas de 25 cl. y latas, busca subrayar el carácter fresco y joven de la marca, dentro de un estilo moderno y actual.



Sangría y tinto de verano en lata sleek

Desde el mes de junio, los consumidores de sangría y tinto de verano podrán disfrutar de estos productos en un nuevo formato: la lata sleek de 33 cl, un envase con un diseño muy atractivo que se constituye como una novedad en el mercado en su aplicación a estos productos. La utilización de este nuevo formato, que permite el consumo de forma individual en cualquier situación, es consecuencia del trabajo realizado en Centro de Innovación de Hijos de Rivera en Chantada.



Agua de Cuevas, fuente de equilibrio

Agua de Cuevas ha llevado a cabo un cambio de imagen en sus envases con el objetivo de subrayar las cualidades del agua mineral y sus beneficios para la salud. De este modo, el consumidor encontrará un diseño más moderno y atractivo para un producto del que destaca su pureza y sus propiedades saludables, resaltadas en el lema "Agua de Cuevas es el Agua Mineral Natural de Asturias con menos sodio, nuestra Fuente de Equilibrio". La nueva imagen se aplicará a todos los formatos de la marca: las botellas de pet de 33 cl. y 50 cl. así como la botella de 1,5 litros y las agrupaciones de seis unidades.





Como quieras
ColaCao[®]

www.comoquierascalacao.com

...Natural, Frío o Caliente. Siempre apetece tomarse un **Cola Cao** en el bar y disfrutar con amigos de los momentos más divertidos.

Ofrece a tus clientes el nuevo **Cola Cao** listo para tomar para que descubran...
NUEVOS MOMENTOS DE PLACER.

EL ÉXITO ESTÁ SERVIDO





Aya Sueiro • Responsable de Exportación de Hijos de Rivera

“La vinculación con el origen es a día de hoy una **gran ventaja en el ámbito de la exportación**”

La cerveza es un producto muy local, ¿qué oportunidades se presentan para la exportación de cerveza española?

En la actualidad, existe un nicho de mercado muy representativo por cubrir ya que el mercado internacional demanda nuevas cervezas y, sobre todo, cervezas de calidad. Por eso, en Hijos de Rivera estamos llevando a cabo una labor de exploración de nuevos mercados desde hace ya algunos años que ha alcanzado resultados muy positivos. Hasta el momento, la acogida de nuestros productos en el extranjero ha resultado excepcional y queremos seguir trabajando para adaptarnos a las

demandas de un mercado en constante evolución y al que, por suerte, podemos responder rápidamente gracias a la ventaja que supone nuestro tamaño y nuestra flexibilidad a la hora de tomar decisiones.

¿Y qué ventajas supone la cerveza para la comercialización de otros productos del grupo Hijos de Rivera en el extranjero?

Es evidente que en algunos casos los productos del grupo Hijos de Rivera hacen uso de los mismos canales de comercialización pero, en el caso concreto de la exportación, tratamos de identificar las peculiaridades

de cada mercado para adaptar nuestra estrategia comercial a las características del país. En este sentido, es necesario encontrar los canales específicos para cada una de nuestras marcas que favorezcan su adecuado posicionamiento.

Los productos de Hijos de Rivera están muy ligados a su origen, ¿qué ventajas o inconvenientes supone esta identificación tan clara en un mundo globalizado?

Lo cierto es que la vinculación con el origen es a día de hoy una gran ventaja en el ámbito de la exportación. El mercado demanda productos con una identidad clara y que marquen la diferencia de alguna forma. En un mercado global con una oferta tan amplia y variada es necesario distinguir tus productos del resto, tanto por mantener altos estándares de calidad, como por la propia personalidad de los mismos. Todos estos factores suponen una ventaja competitiva muy importante a la hora de presentar tus productos a los clientes. No renunciamos a nuestra idiosincrasia y convertimos nuestro origen en parte importante de nuestra identidad.

La expansión de Hijos de Rivera a nuevos mercados ha sido muy rápida en los últimos años, ¿cuál es la situación actual?

Hoy en día, los productos de nuestra compañía están presentes en 23 países de cuatro continentes y confiamos en que este número se amplíe a 25 países antes de que termine este año 2008.

Aunque desde los años 90 se ha llevado a cabo una gran labor para introducir nuestros productos en nuevos mercados, en la actualidad seguimos en una fase de exploración de oportunidades. Si bien es cierto que estamos obteniendo crecimientos muy significativos y muy rápidos de la demanda de nuestros productos, especialmente en mercados tan exigentes como Alemania, Irlanda o Japón, preferimos ser prudentes a la hora de afrontar nuestra expansión como empresa.

En este sentido, ¿cuáles son los principales retos de Hijos de Rivera en el ámbito de la exportación?

Somos conscientes de que el mercado tiene capacidad para absorber todos nuestros productos, hay hueco para todos ellos. Por esto, nuestro objetivo es afianzar nuestro posicionamiento en los mercados en los que ya estamos presentes y, si es posible, introducir todas nuestras marcas. Todo ello sin descartar la apertura de nuevos mercados en los casos concretos en que se presenten oportunidades viables y siempre de la mano de aliados locales sólidos que nos aporten su experiencia y su conocimiento del país para garantizar canales de comercialización acorde con las características de nuestros productos.

muy personal

Edad: 31 años

Estado civil: casada

Una comida: Sashimi, y Cordon Blue, siempre que lo prepare mi padre

Una bebida: Cabreiroá Única

Aficiones: Disfrutar con los amigos, y viajar

Ciudad favorita: Santiago de Atacama

Un libro: *La Bodega* de Noah Gordon

Una película: *El halcón maltés*

Una canción: *Why Was I Born* de Sonny Rollings

Un momento: Aterrizaje del avión en Alvedro

Un reto: Conseguir que en cada país del mundo podamos bebernos una Estrella Galicia

No soporta: La dejadez y la vagancia

Una disculpa: Estoy de viaje

Revolución en el mercado por el lanzamiento del barril no retornable

Hijos de Rivera presenta en exclusiva mundial el barril no retornable de pet de 30 litros, un envase que revolucionará la forma de trabajar del sector hostelero. La compañía ha invertido grandes recursos en investigación y desarrollo en su Centro de Innovación de Chantada con el objetivo de aportar nuevas propuestas a un mercado cada día más exigente. El resultado es el lanzamiento de este nuevo formato en colaboración con socios internacionales que inicialmente se aplicará a las marcas de sidra Manzanova, así como al tinto de verano y la sangría Zuvit.



Principales ventajas



- El producto envasado en este tipo de barril mejora sus condiciones organolépticas ya que no entra en contacto con el CO2 en ningún momento.
- Frente a los barriles de acero tradicionales, el nuevo formato disminuye notablemente su peso de forma que facilita el trabajo de distribuidores y hosteleros.
- Además, elimina la necesidad de contar con un espacio de almacenaje para barriles vacíos en los establecimientos.
- Aumenta la eficiencia del transporte y disminuye el empleo de recursos logísticos.
- Este envase es 100% reciclable, por lo que contribuye al desarrollo sostenible.
- Se puede rotular el exterior del barril de modo que cumple una función comercial de promoción de la marca.

Este barril, que llegará al mercado en el mes de junio, se ha desarrollado en colaboración con la empresa holandesa Key Keg. La compañía ya ha llevado a cabo

todas las pruebas y los test de producto necesarios y en la actualidad está canalizando su lanzamiento inmediato al mercado nacional e internacional.



Siente el Paraíso. Pago Lemon Lime. *On The Rocks.*



Con la nueva edición limitada Pago Lemon Lime, disfrutarás de un refrescante e intenso placer durante el verano. En cada sorbo descubrirás un nuevo sabor realmente único con notas ácidas de limón y lima, todo un reto para tus sentidos.

Este verano disfruta de Pago Lemon Lime muy frío y atrevete a pedirlo con hielo "on the rocks" y sentirás una ola de refrescante sabor que te llevará al paraíso.

www.pago.es

Edición Limitada
ABRIL - OCTUBRE 2008



Pago. Paradise Yourself.

La sangría Zuvit llega a Italia

La sangría Zuvit ha entrado con fuerza en el mercado italiano a través de un acuerdo con un distribuidor local que hará llegar este producto a las cartas de locales de hostelería de todo el país. La exportación de sangría Zuvit en lata sleek de 33 cl. se inició el pasado mes de mayo y la acogida por parte de los consumidores ha sido muy positiva.



Quenza en el punto de venta

Los licores Quenza han extendido significativamente su presencia en los lineales de las principales superficies comerciales en los últimos meses. La gama completa de licores: el orujo, el licor de hierbas, el licor café y la crema de orujo, recientemente incorporada, se pueden encontrar ya en los centros de Alcampo de todo el territorio nacional, así como en la cadena E-Leclerc y Victoriano Moldes.



En la reunión del G7

Cabreiroá presidió la mesa en la última reunión del G7 en Washington el pasado mes de abril. Los ministros de Finanzas y los gobernadores de los bancos centrales de las principales economías del mundo mantuvieron un encuentro centrado en analizar el sistema financiero internacional, una reunión densa de la que participó de forma indirecta Cabreiroá a través de su versión sin Gas y Única.



♦ EL CORREO LLEGA A TODOS ♦



- Acceso al correo corporativo y visualización de archivos adjuntos.
- Acceso al directorio y a las aplicaciones corporativas.
- Mensajes cifrados extremo a extremo.
- Acceso a Internet/Intranet.
- Tarifa plana para correo y navegación por Internet en dispositivos BlackBerry.

- Acceso al correo corporativo desde una amplia variedad de terminales.
- Descarga de los archivos adjuntos en su formato original.
- Acceso a la agenda corporativa.
- Replicación de todas las acciones en el PC de la oficina.
- Seguridad garantizada de extremo a extremo.
- Tarifa plana.

Movistar lleva el correo corporativo a cualquier empleado de tu empresa. A través de los servicios BlackBerry® Movistar y Mail Movistar, todos podrán recibir y enviar correos electrónicos desde su móvil.

Telefonica



MOVISTAR

Citas cerveceras

Por *José Luis Olmedo*

Que la cerveza forma parte de muchas de nuestras conversaciones cotidianas, bien por afición o incluso por verdadera devoción, es algo asumido por todos los que disfrutamos de sus propiedades. Pero lo sorprendente para muchos es que esta bebida haya generado tal número de frases célebres de los más diversos personajes a lo largo de la historia. La popularidad de la cerveza hace que desde los más elevados pensadores hasta políticos, artistas o intelectuales, hayan sucumbido a la tentación de dejar para la posteridad sus argumentos a favor de esta bebida. Éstos son sólo algunos de ellos:

“El que inventó la cerveza era un sabio”

Platón

“¿Llama a esto una fiesta? ¡La cerveza está caliente y las mujeres frías!”

Groucho Marx

“Bebo cerveza, luego existo”

Steve Huxley

“Daría toda mi fama por una jarra de cerveza y seguridad”

William Shakespeare

“Quien sirve cerveza aguada, merece ahogarse en ella”

Anónimo medieval

“La cerveza es la prueba de que Dios nos ama y quiere que seamos felices”

Benjamin Franklin

“Para que un país sea considerado como tal, necesita tener una línea aérea, un equipo de fútbol y una marca de cerveza”

Frank Zappa



“La boca de quien es completamente feliz está llena de cerveza”

Antiguo refrán egipcio

“Dame un pie de ministro y una botella de cerveza”

Janis Joplin

“En la vida hay muchas más cosas, además de la cerveza; pero la cerveza hace que esas cosas sean aún mejores”

Stephen Morris

“La causa y la solución de todos los problemas de la vida: la cerveza”

Homer Simpson

“Un soldado no puede luchar si no se alimenta bien de buey y de cerveza”

John Churchill, duque de Marlborough

“Un gobierno opresor es mucho más de temer que un tigre o una cerveza”

Confucio

“Recomiendo pan, verduras y cerveza”

Sófocles

“Tú piensas que el hombre necesita ser gobernado, necesita cerveza”

Henry Miller

“La cerveza fuerte es la leche de los viejos”

Martin Luther King

“Del sudor del hombre y del amor de Dios, nació en el mundo la cerveza”

San Arnoldus

“La cerveza tiene tantos aromas y sabores como un vino fino”

Michael Jackson

“El rayo de sol se hace cerveza al llegar al corazón de la caldera donde se cuece, y la cerveza siembra la poesía en los corazones cuando pasa la sangre cayendo por la garganta abajo”

Camilo José Cela

“Cada vez que me deja una mujer y, gracias a Dios, nos quedamos solos...¿te acuerdas, Cerveza? ¡Cómo lo celebramos!”

Enrique San Francisco



La mejor imagen de marca en el punto de venta

Hijos de Rivera lleva a cabo una gran labor de desarrollo con el objetivo de personalizar los establecimientos de nuestros clientes con una imagen acorde a la posición de nuestras marcas. En este sentido, la publicidad en el punto de venta (PLV) cumple con un doble objetivo. Por una parte, dota de una oferta al canal de horeca para servir nuestros productos en las mejores condiciones y, a su vez, nos acerca a los consumidores a través de elementos visuales que aporten valor a las marcas de la compañía.

La principal estrategia de Hijos de Rivera en este campo consiste en priorizar la calidad respecto a la cantidad, de modo que se ponga a disposición de nuestros clientes el mejor PLV del mercado, siempre acorde con la filosofía de proporcionar elementos funcionales, que resulten útiles para la labor diaria del establecimiento de hostelería.

En este sentido, existen dos vías para obtener visibilidad en los locales: exterior, a través de terrazas, rótulos, pizarras exteriores, etc. e interior, a través de la cristalería, elementos de barra, elementos visuales y textiles para camareros.

Vaso caña de Estrella Galicia

Uno de los mayores hitos que se han vivido en el campo del PLV en Estrella Galicia ha sido el lanzamiento del vaso caña de 25 cl. Se trata de un modelo exclusivo que se ha convertido en sólo un año en uno de los elementos visuales más representativos de la marca. De inspiración retro, cuenta con un diseño vanguardista que ha resultado todo un éxito entre nuestros clientes.

El vaso caña de Estrella Galicia combina una estética original con la funcionalidad que demandan los clientes en su día a día, ya que ocupa menos espacio en el lavavajillas y dispone de un sistema "antivuelco" especialmente pensado para potenciar la comodidad de su uso. Este vaso es sólo un ejemplo más de la labor creativa al servicio del hostelero que se trata de aplicar en Hijos de Rivera a todos sus productos de PLV.

**"tantos anos fóra cámbianche algúns costumes...
pero eu sempre me aclarei mellor en galego"**



R tráعهe, por fin, un móbil que sabe galego
nokia 2600 classic por 0 €



móbil R

infórmate gratis no
1445
mundo-R.com

OHSAS 18001, la vigilancia de la salud en la empresa

Por José Yera

Dentro del proceso de implantación del nuevo estándar OHSAS 18001:2007, toman una especial relevancia los aspectos relacionados con el buen estado de salud de las personas. En Hijos de Rivera, conscientes ya de su importancia, esto se materializa en el enfoque preventivo que se da a la Medicina de trabajo y la Vigilancia de la Salud.

Al igual que con el resto de disciplinas vinculadas a la Prevención de Riesgos Laborales, integramos este aspecto en nuestra Política y lo gestionamos como un instrumento imprescindible para la conservación de la salud de los trabajadores y, por tanto, del conjunto de la Organización.

Por ello, conocer la Política, identificar sus principales características, su relevancia y como llevarla a la práctica es clave para lograr su buen desempeño y, por extensión, de la Seguridad y Salud en el Trabajo.

¿Qué es la Vigilancia de la Salud?

Es un instrumento imprescindible para la conservación de la salud de los trabajadores, incluyendo las medidas de prevención, promoción y protección.

El objetivo que persigue es conocer o detectar cambios en el estado de salud de las personas, utilizando para ello distintas técnicas y métodos de exploración (encuestas, exploración física, analíticas, etc.), y obtener datos para promover acciones preventivas vinculadas al estado de salud de todos los miembros de la organización.

La Vigilancia de la Salud ha de caracterizarse, al igual que las demás disciplinas ligadas a la Prevención de Riesgos Laborales, por su orientación preventiva. Por ello, el establecimiento de objetivos, planificación y ejecución de acciones vinculadas a ella han de tener carácter proactivo, con el fin de anticiparse y avanzar de manera continua y progresiva en la mejora del estado de salud global de todos los miembros de la organización.

¿Cuáles son sus características principales?

A) Garantizada por la empresa: Hijos de Rivera, conjuntamente con el Equipo Médico de su Servicio de Prevención, establece las estrategias, objetivos, actividades y protocolos, garantizando de esta forma la vigilancia periódica de la salud de sus trabajadores.

B) Específica: se realiza en función de los riesgos a los que está sometido cada trabajador y que vienen derivados de sus tareas y/o lugares de trabajo.

C) Voluntariedad condicionada: es un derecho de los trabajadores. Este carácter voluntario se transforma en una obligación del trabajador, entre otras, en las siguientes circunstancias:

-La existencia de una disposición legal sobre riesgos específicos y actividades de especial peligrosidad, como por ejemplo ocurre en el caso de los puestos de trabajo expuestos a radiaciones ionizantes.

-Que sea indispensable para evaluar los efectos de las condiciones de trabajo sobre la salud de los trabajadores, como ocurre en los puestos de trabajo expuestos a ruido.

-Que el estado de salud del trabajador pueda constituir un peligro para el mismo o para terceros, como ocurre en puestos que requieran el manejo de determinados equipos de trabajo.

D) Confidencialidad: La información médica derivada de cada trabajador está disponible únicamente para él, los servicios médicos responsables de su salud y la autoridad sanitaria. A la empresa se le facilitan las conclusiones de dicho reconocimiento en términos de:



-**Aptitud** del trabajador a su puesto de trabajo o función.

-**Necesidad** de medidas de protección o de prevención.

E) Contenido: la ley establece una preferencia para aquellas pruebas indispensables que causen las menores molestias al trabajador.

F) Gratuidad: el coste económico de la vigilancia de la salud no debe recaer en ningún caso sobre el trabajador.

¿Qué son los Controles médicos de salud?

Constituyen un aspecto más de la Vigilancia de la Salud, y su función es la de determinar periódicamente el estado de salud de los trabajadores en relación con su puesto de trabajo, y el de aportar datos sobre el estado de salud global de la empresa.

-Reconocimiento médico previo e inicial:

Evaluación de la salud a realizar en la incorporación

al trabajo o en la asignación de tareas específicas con nuevos riesgos para la salud.

-Reconocimiento médico periódico:

Evaluación de la salud en función de los riesgos de cada puesto de trabajo, de frecuencia periódica, que en el caso de Hijos de Rivera es anual.

¿Por qué es importante la Vigilancia de la Salud?

La Vigilancia de la Salud y los controles médicos periódicos nos ayudan a:

-**Identificar los problemas:** en sus dos dimensiones, la individual (detección precoz, trabajadores susceptibles, adaptación de la tarea) y la colectiva (diagnóstico de situación y detección de nuevos riesgos).

-**Planificar la acción preventiva:** estableciendo las prioridades de actuación.

-**Evaluar las medidas preventivas:** controlando las disfunciones o, lo que es lo mismo, sirviendo de alerta ante cualquier eclosión de lesiones, pese a la existencia de unas condiciones de trabajo en principio correctas, y evaluando la eficacia del plan de prevención.

¿Cómo llevarlo a la práctica?

En Hijos de Rivera consideramos que, para que la Vigilancia de la Salud cumpla su función primordial, es necesario plantear objetivos reales y alcanzables. Para ello, es indispensable disponer de un conocimiento global del estado de salud colectivo de la empresa y poder así planificar acciones concretas y efectivas.

Por ello, en colaboración con el Servicio de Prevención, se desarrollan las siguientes fases:

Fase 1:

Análisis de la situación de salud global actual de la empresa mediante la obtención de datos generales a partir de:

- Informes y memorias del Servicio médico que aporten información sobre el estado global de la salud de la empresa que sirvan para el desarrollo de estrategias y programas de mejora.
- Estudios de accidentalidad.
- Comunicaciones de Riesgo y mejora.

Fase 2:

Una vez obtenida la información necesaria, se efectúa una propuesta para el desarrollo de un Programa de promoción de la salud en el trabajo, que puede incluir acciones de carácter puntual o periódico dirigidas a la consecución de los objetivos planteados, tales como:

- 1.- Realización de campañas anuales de promoción de la salud, que se podrán implementar mediante cartelería, folletos informativos, aplicaciones informáticas y charlas o jornadas de formación específicas.
- 2.- Campañas de sensibilización para la realización del reconocimiento médico periódico.
- 3.- Revisión periódica y divulgación de los perfiles y protocolos específicos para los reconocimientos médicos.
- 4.- Diseño de los reconocimientos médicos periódicos con los protocolos específicos vinculados a los puestos de trabajo, incluyendo pruebas y analíticas complementarias que aporten más información a los trabajadores y al Servicio médico.
- 5.- Campañas anuales de vacunación.
- 6.- Divulgación de conductas saludables vinculadas al trabajo y a la vida diaria en general.





serviguide

consultoría • innovación • externalización

*"El espíritu de grupo es lo que da
a muchas empresas una ventaja
sobre sus competidores"*

George L. Clements



especial ferias

Durante los últimos meses Hijos de Rivera ha estado presente en algunas de las ferias más importantes del sector de alimentación y bebidas, tanto a nivel nacional como internacional. Fruto de la participación en estos encuentros, la compañía ha tenido la oportunidad de presentar sus productos a los clientes y, a su vez, dar a conocer las innovaciones que se han lanzado al mercado recientemente.



CABREIROÁ, AGUA OFICIAL DEL FORUM GASTRONÓMICO

Cabreiroá disfrutó de un protagonismo muy especial en todas las actividades y talleres que se celebraron durante el Forum Gastronómico Santiago 08, que tuvo lugar en el Palacio de Congresos y Exposiciones de Galicia del 16 al 20 de febrero. Además, Hijos de Rivera contó con un stand de degustación en el que también se mostraron otros productos del grupo, como los vinos Ponte da Boga o los licores Quenza.

Bajo el lema "As Cociñas do Atlántico", este encuentro gastronómico congregó a reconocidos expertos de la cocina mundial, como Ferrán Adriá, Marcelo Tejedor o Carne Ruscalleda, que participaron en conferencias, sesiones temáticas, demostraciones, entregas de premios o aulas de cocina.

Cata de sidra

En el marco del Forum, Eladio Novoa, Director de Planta de Sidrería Gallega impartió una conferencia seguida de una cata con el objetivo de dar a conocer la sidra gallega a los asistentes. La repercusión internacional de este evento gastronómico lo convierte en un escenario inmejorable para presentar un producto como la sidra.



FERIA ALIMENTARIA 2008 DE BARCELONA

El stand de Hijos de Rivera en la Feria Alimentaria de Barcelona despertó gran expectación entre los profesionales del sector, que mostraron su interés por conocer las posibilidades que ofrecen los nuevos productos presentados por la compañía: el barril no retornable de pet de 30 litros, así como la nueva lata sleek de 33 cl. en la que se envasará sangría y tinto de verano.

Entre los visitantes que se acercaron al stand estuvo la Ministra de Agricultura, Pesca y Alimentación, Elena Espinosa, que tuvo la oportunidad de conocer de cerca los nuevos formatos.

Hijos de Rivera desplegó un amplio y atractivo stand durante esta feria dentro del sector Expobebidas. En este espacio estuvieron representados todos los productos del grupo así como elementos muy significativos de sus marcas, como es el antiguo camión de reparto de Estrella Galicia.

Alimentaria de Barcelona logró reunir desde el 10 al 14 de marzo a más de 5.000 expositores, el 30% extranjeros, en la que es considerada la segunda exhibición en importancia del sector a nivel mundial. Más de 155.000 personas de 150 países visitaron el recinto.



Durante los 4 días que tuvo lugar el Salón Gourmets en Madrid, más de 70.000 personas tuvieron la oportunidad de acercarse a conocer las propuestas de las empresas especializadas en gastronomía de alta gama, un total de 1.300 expositores.

Hijos de Rivera contó con uno de los stands más concurridos y, tanto clientes como el público general, disfrutaron de la degustación de los productos de la compañía. Además, en el marco de este encuentro, se dio a conocer el último lanzamiento de Hijos de Rivera: la crema de orujo Quenza.



SALÓN INTERNACIONAL DEL CLUB DE GOURMETS



El pasado 19 de abril tuvo lugar la segunda edición de la Feria de la Sidra de Chantada. Esta celebración, impulsada por el Concello y Sidrería Gallega, pretende convertirse en un vehículo para revitalizar el sector sidrero en la zona.

Más de 1500 personas se reunieron alrededor de los stands para degustar los productos que ofrecían las 15 sidrerías desplazadas a la localidad. El arte de los expertos escanciadores llamó la atención de los visitantes, que también se animaron a mostrar sus habilidades en este sentido durante toda la jornada y muy especialmente en el concurso de escanciadores que se celebró por la tarde. También la música jugó un papel fundamental en la fiesta con la actuación de diversas agrupaciones que dieron color a una feria que ya se ha convertido en una tradición en la localidad.



FERIA DE LA SIDRA DE CHANTADA



La novena edición de Xantar se convirtió un año más en una plataforma única para la difusión de los productos agroalimentarios gallegos. El Salón se celebró entre el 5 y el 9 de marzo en Ourense y, en esta ocasión, hizo especial hincapié en la promoción de la Dieta Atlántica, basada en los productos de calidad del mar, de la huerta y del ganado gallego. Además, Portugal fue el país invitado en un encuentro del que participaron más de 20.000 visitantes y 140 expositores.



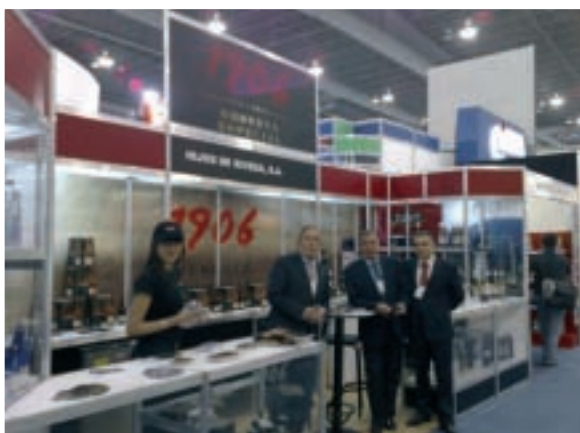
XANTAR, SALÓN GALLEGO DE GASTRONOMÍA Y TURISMO



WAL-
MART

11-15 febrero

México



PRODEXCO
MOSCÚ

11-15 febrero

Rusia



LONDON
WINE

20-23 mayo

Reino Unido

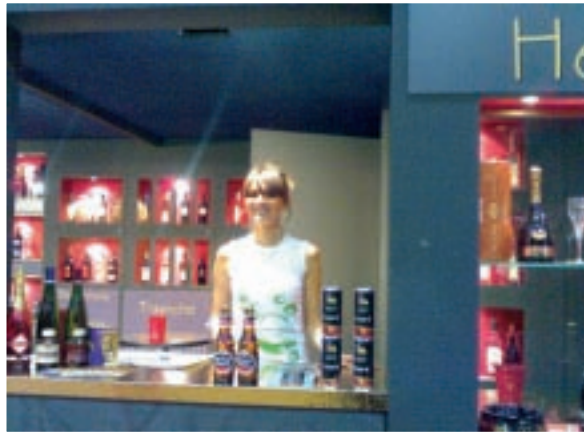


15th ANIVERSARIO
LAUDRUP VINIMPORT

24 mayo

Dinamarca





VINTALY

3-7 abril

Italia



SUPERMARKET
TRADE SHOW

20-22 febrero

Japón



SIAL
SHANGHAI

14-16 mayo

China



ESPAÑA MARKET
PLAZA SUZHOU

Permanente

China

**APADRINA
UN AMIGO**

**INVÍTALE A UNA
ESTRELLA**



mapie.es

Red de Energía Sostenible



La Red pretende fomentar buenas prácticas medioambientales.

José María Rivera Trallero, Consejero Delegado de Hijos de Rivera, suscribió el pasado 24 de abril la adhesión de la compañía a la Red de Energía Sostenible de A Coruña. Este proyecto, liderado por el propio Ayuntamiento, pretende integrar a las principales entidades de la ciudad en una estrategia de eficiencia energética y suscribir de este modo un compromiso con la lucha contra el cambio climático.

Algunos de los principios básicos de la Red de Energía Sostenible son fomentar el uso racional de la energía y la implantación de fuentes de energía renovable, colaborar con el resto de los miembros de la Red en el desarrollo de políticas para la mejora del bienestar medioambiental y difundir buenas prácticas energéticas con el objetivo de alcanzar una mayor concienciación ciudadana.

Eliminando barreras arquitectónicas

Desymo firmó el pasado 7 de febrero un convenio de colaboración con la Asociación Provincial de Empresarios de Hostelería de A Coruña y la Asociación de Empresarios Discapacitados con el objetivo de facilitar la integración de estos últimos en el sector. Para ello, Desymo prestará asesoramiento técnico a los asociados con el fin de que puedan encontrar los mejores locales para instalar su negocio. Además, se realizará un estudio detallado para garantizar que los minusválidos puedan acceder a dicho local y se elaborará un plano de distribución de los distintos espacios en cada uno de los casos.



El acuerdo facilitará la integración de discapacitados.

El clima laboral como facilitador de talento

Por *Francisco Rodríguez Lama*

¿Estoy satisfecho con mi trabajo? ¿Me encuentro a gusto en mi empresa? Y, en general, las personas de mi organización ¿están contentas? Son cuestiones que seguro que nos hemos planteado en más de una ocasión. Pero, ¿y si es la propia Compañía quién lo hace? ¿Es necesario que una empresa se pregunte en qué medida están satisfechos sus empleados? Diría que sí, sobre todo si cree en la importancia de las personas. Las personas consiguen desarrollar los comportamientos necesarios para ayudar a la consecución de los objetivos de una organización (el éxito) cuando se dan, al menos, cuatro condiciones:

- Cuando se sienten satisfechas en su puesto de trabajo
- Cuando se sienten a gusto e integradas en la empresa
- Cuando hay un buen liderazgo en la compañía
- Cuando existe una buena comunicación

Si la premisa de partida es acertada, la empresa debe pulsar la opinión de sus colaboradores. Ésta es un ser vivo, que siente y padece. Si sus empleados no se sienten a gusto, el padecimiento es enorme, la alineación empresa/empleados se destruye, su imagen se traslada al exterior como una imagen deteriorada, el cliente se resiente y los objetivos comunes quedan vulnerados. En caso contrario, la empresa goza de buena salud, no está enferma, ni padece ni sufre. Analizar la vida de una organización es básico, estudiar su clima laboral se hace imprescindible.

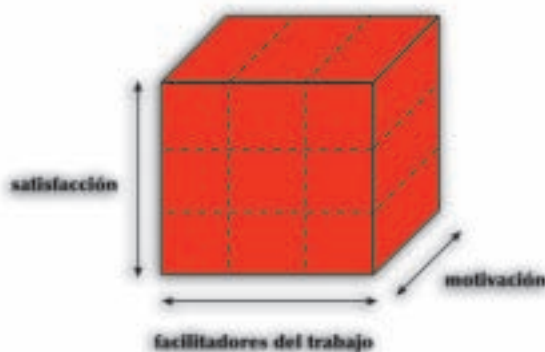
El clima laboral es el conjunto de elementos interrelacionados que conforman la vida de una empresa determinada y en un tiempo concreto. Conocer el clima en la empresa es vital, ya que éste es un facilitador del talento. Y el talento colectivo es clave para el desarrollo empresarial. Conocer cómo cada uno de los empleados percibe a su organización y el papel que estos juegan en la misma, es esencial. Pero no sólo debe preocuparnos ese conocimiento y sí lo que se puede hacer después del mismo.

El análisis del clima laboral permite establecer caminos de mejora que faciliten desarrollar puntos de confluencia entre unos-todos-la Compañía, buscando intereses compartidos para ser, en definitiva, mejores. Esa mejoría significa salud, salud para los de dentro y para los de fuera, salud que trasvasa, más allá de los límites de la empresa, salud que se propaga hacia el exterior: clientes, proveedores y colaboradores.

Teniendo claro que conocer la salud laboral de una organización sólo puede traer beneficios, lo que nos puede preocupar es ¿cómo medir todo esto? Y, si es medible, ¿cómo se puede hacer desde un plano objetivo y riguroso? El clima laboral se puede medir de forma objetiva y, de ello, se pueden obtener conclusiones y diseñar y ejecutar planes de mejora. Y todo ello gracias a una herramienta: la Encuesta de Clima Laboral. Se trata de una encuesta de opinión en la se recaban las opiniones de los empleados. Es de carácter anónimo y a la que se responde de forma



voluntaria. Se dirige al total de la población, entendida ésta como la totalidad de empleados, y es efectiva si cuenta con amplia participación. La encuesta de clima intenta indagar las opiniones de las personas sobre los siguientes aspectos:



-**Satisfacción**: mide tanto la satisfacción general con la empresa como los aspectos específicos de la relación laboral que inciden en la satisfacción del empleado. Analiza variables relacionadas con la satisfacción general, con el sistema de recompensas, entorno de trabajo y estilo de dirección.

-**Facilitadores del trabajo**: factores críticos del contenido y contexto del trabajo que facilitan o inhiben la productividad. Mide la gestión del desempeño, autonomía y control sobre el trabajo, conte-

nido del puesto, gestión del mando, colaboración en el grupo de trabajo, información sobre el trabajo y la comunicación, estrés asociado al trabajo y relación desempeño-recompensa.

-**Motivación**: mide el nivel de preparación para el cambio y la motivación de los empleados. Recoge opiniones relativas al desarrollo personal, estilo de dirección y motivación personal.

-**Prevención de Riesgos Laborales**: mide la valoración del Sistema de Seguridad y Salud Laboral implantado en la empresa.

Una vez cumplimentada la encuesta, se trata estadísticamente. Este tratamiento nos permite obtener conclusiones sobre la vida en la empresa, tanto de forma agrupada (datos globales de compañía) como desagrupada (por centro de trabajo, áreas de la empresa, antigüedad, puesto/nivel funcional, intervalo de edad,...). Estas conclusiones representan la fotografía de la empresa en el momento actual y preparan el camino para diseñar y ejecutar acciones de mejora. No olvidemos el objetivo del estudio: conocer las percepciones que las personas tienen acerca de su compañía para establecer acciones que promuevan la motivación, el compromiso y la alineación de los trabajadores con la estrategia de la empresa, ya que estos representan uno de los pilares fundamentales de la competitividad.



*Vibra con un
Sabor Diferente*

ZUVIT recomienda el consumo responsable.



Los recursos naturales se conjuran con nuestra gula



En esta ocasión me dirijo hacia Burgos con motivo de la boda de una amiga. Desde luego, el viaje de más de 4 horas resulta ideal para abrir el apetito y, en una tierra con afición por el buen comer, parece inevitable terminar frente a un plato de grandes dimensiones. He de reconocer que los excesos alimenticios no son muy recomendables justo antes de acudir a un ágape nupcial enfundada en un vestido de princesa, pero mi afición a la gastronomía me pierde y no pude resistirme a visitar el Asador Las Brasas, donde me han dicho que sirven un chuletón exquisito.

El Asador Las Brasas es un restaurante con una larga tradición en la capital burgalesa. Hace escasamente año y medio tomaron las riendas José Gallardo y Roberto Fernández y, desde entonces, han llevado a cabo una labor de reciclaje de las recetas más reconocidas de la casa con el objetivo de actualizarlas y mejorarlas. Y es en este punto donde aparece el chuletón que se considera la especialidad de la casa.

José me cuenta que la clave del plato es siempre la misma, la calidad de la materia prima que utilizas y, por supuesto, el servicio. Pero poco a poco voy descubriendo que alcanzar el éxito no es tan sencillo y se basa en una larga serie de factores que en la cocina de Las Brasas miman hasta el extremo.

El asador sólo trabaja con carne nacional de características muy concretas y se mantiene durante 45 días en sus cámaras macerándose antes de servirla. Para conseguir su punto óptimo, en la cocina emplean más de 30 minutos por plato, pasándolo a continuación a una parrilla especialmente diseñada para mantener el calor sin que la carne se pase. Y así llega a la mesa, despertando inevitablemente la gula de todos los clientes.

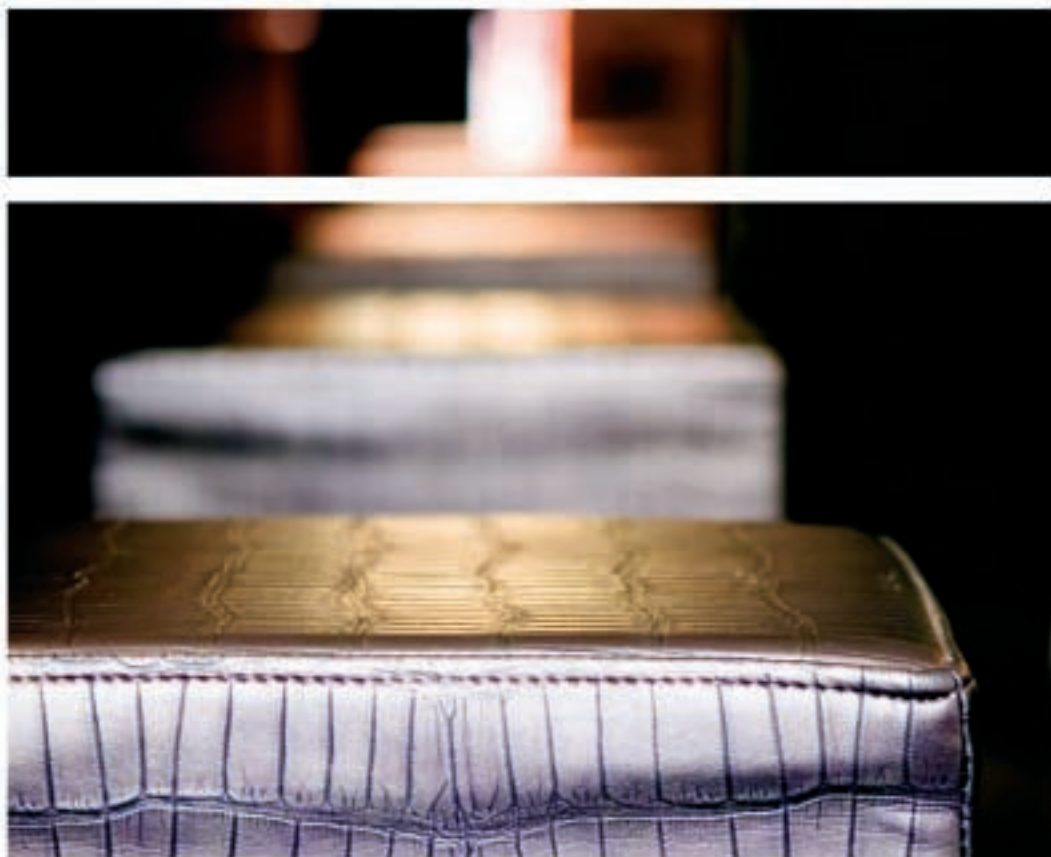
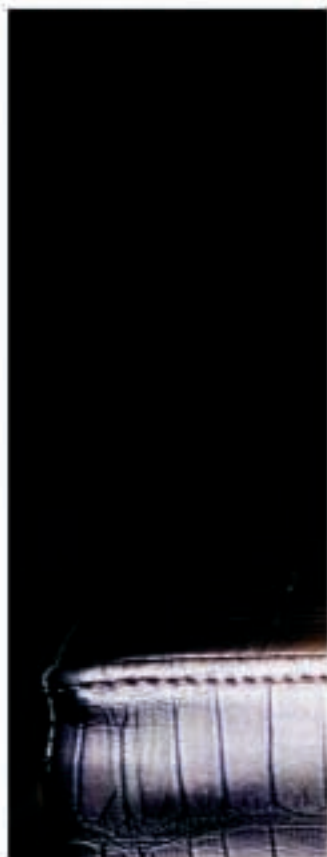
Otro aspecto a tener en cuenta es que el chuletón se cocina con carbón vegetal de encina que traen especialmente para el restaurante desde la Sierra de la Demanda, una zona montañosa al sureste de la provincia de Burgos, que cuenta con fama de producir el mejor carbón de esta variedad de España.

La contribución del carbón al sabor y el olor del chuletón es indiscutible, dejando patente que, en ocasiones, los recursos naturales pueden aliarse de tal forma que nos ofrecen momentos únicos de disfrute culinario. Cuando pensamos en las materias primas básicas de nuestra gastronomía, en pocas ocasiones somos conscientes de que elementos no alimenticios, como es el caso del carbón vegetal, juegan un papel fundamental a la hora de alcanzar determinados sabores.

Puedo asegurar que el resultado de tanto esfuerzo es más que satisfactorio y mi voluntad por moderarme en la comida se quedó atrás en cuanto apareció en mi mesa la parrilla con tremendo manjar. Enseguida asumí que debía posponer el comienzo de mi operación bikini particular hasta otra ocasión y me entregué al pecado capital de la gula en su máxima expresión.

José Gallardo Gutiérrez y Roberto Fernández de la Torre, propietarios del Asador Las Brasas | C/Calzadas | nº10 | (Burgos)





DESXMO
CONSTRUIR MOMENTOS



locales hostelería
reforma comercial
arquitectura interior

www.desymo.es

Tf.:881.922.629





Marcelo Tejedor

No hay lugar a dudas de que Marcelo Tejedor se ha convertido en un referente de la cocina gallega en el mundo. A través de un menú muy vinculado a los productos de temporada, reivindica la calidad sobre todos los artificios y combina de forma brillante la sorpresa y la innovación con la sencillez de sus platos. En sus propias palabras *“Mi cocina es como Galicia: auténtica, básica, sencilla, pero de una calidad tremenda”*.

Pero el éxito no ha sido un camino fácil para este joven cocinero gallego. Su historia comienza en la Escuela de Hostelería de Santiago de Compostela, donde su enorme curiosidad ya le impulsaba a experimentar y a darle una vuelta a los platos tradicionales de nuestra gastronomía. A posteriori, su experiencia al lado de grandes maestros de la cocina como Juan Mari Arzak, Jacques Maximin o Alain Ducasse se convirtió en una plataforma definitiva dentro de su trayectoria.

De ellos aprendió mucho más que técnicas culinarias, quizá la tenacidad e iniciativa con la que en 1999 emprendió su proyecto más personal, Casa Marcelo, un pequeño restaurante de ambiente íntimo situado en el corazón de Compostela que ha sido distinguido con una estrella Michelin. Es aquí donde Marcelo Tejedor emplea con total libertad

su imaginación y su arte para satisfacer a sus clientes a través de los cinco sentidos.

Tejedor apostó desde el principio por elaborar un solo menú, un concepto arriesgado que pocos comprendieron en sus inicios. Pero el peso de la calidad se impuso y, en la actualidad, Marcelo Tejedor es una figura imprescindible en aquellos foros internacionales donde la cocina española da a conocer la creatividad y el talento que han contribuido a encumbrarla a la vanguardia gastronómica mundial.

Entre sus platos, hay uno en el que merece la pena detenerse: la sopa de zanahorias con Cabreiroá Única, un concepto innovador que deriva de la cocina clásica francesa pero reinventado con espíritu de la tierra. Esta sopa, que se presentó en la última edición de Madrid Fusión, formó parte del menú de Casa Marcelo durante meses y, gracias a su éxito entre los clientes, podría volver a incorporarlo próximamente. En este plato, Cabreiroá Única se incorpora como un elemento de sazón configurando una sopa espumosa cuya textura y sabor seguro ha sorprendido a más de uno. Una sorpresa que Marcelo Tejedor provoca a través de cada una de sus propuestas gastronómicas.

El Deportivo de Veteranos, campeón de liga

Después de 17 jornadas y 36 partidos, los veteranos del Deportivo de La Coruña se han proclamado campeones de la Liga de Fútbol Indoor 2008 que concluyó el pasado 9 de mayo. Este campeonato se disputa entre los nueve clubes campeones de liga de primera división y el equipo coruñés ha conseguido imponerse a conjuntos como el Real Madrid o el Barcelona.

La celebración de la victoria tuvo lugar en la Cervecería de Estrella Galicia en A Coruña donde todos los jugadores, capitaneados por Fran o Donato, y su entrenador Arsenio Iglesias se reunieron en una cena de confraternización en la que expresaron su agradecimiento a todos aquellos que les han apoyado en este proyecto, y muy especialmente a Estrella Galicia.



Jugadores emblemáticos como Fran o Donato formaron parte del equipo.

Cata de cerveza en el Centro Superior de Hostelería



José Luis Olmedo, maestro cervecero de Estrella Galicia, impartió una charla sobre el proceso de elaboración de la cerveza a los alumnos del Centro Superior de Hostelería de Galicia. El encuentro concluyó con una cata en la que los estudiantes pudieron conocer más a fondo las características de la cerveza y los requisitos para un buen servicio con el objetivo de aplicar sus conocimientos en su posterior carrera profesional dentro del sector.

Los alumnos siguieron con atención la charla del maestro cervecero.

Esta charla se enmarca dentro de una serie de colaboraciones que Hijos de Rivera lleva a cabo con diferentes escuelas de hostelería con el fin de compartir nuestra experiencia en el sector y dar a conocer nuestros productos.

Open de las Naciones de Remo

La localidad ourensana de Castrelo de Miño acogió entre el 29 de febrero y el 2 de marzo el Open de las Naciones de Remo-II Descenso do Ribeiro en el que participaron más de cincuenta embarcaciones de una decena de países, con unos 400 atletas. Esta prueba está reservada a embarcaciones olímpicas de remo de las categorías outrigger a 8 con timonel y scull a 4 femenino.

En la categoría masculina se impuso la embarcación de la Sociedad Deportiva Astillero, uno de los clubes más laureados del remo español. Por su parte, el combinado nacional de Bulgaria triunfó en la categoría femenina. Los clubes ganadores fueron galardonados con el Trofeo Estrella Galicia.

Un gran ambiente rodeó toda la competición que, gracias al esfuerzo del Real Club Náutico de Vigo y su homónimo de Castrelo de Miño, ha conseguido reunir a muchos de los mejores remeros de Europa en aguas fluviales de O Ribeiro.



La competición reunió a más de 50 embarcaciones en Castrelo de Miño.

Concurso Internacional de Saltos de Vigo



Por séptimo año consecutivo, Vigo acogió el pasado mes de febrero a la élite del deporte hípico con la celebración de una prueba de la Copa del Mundo de Salto de Obstáculos de la Federación Ecuéstrea Internacional. Los mejores jinetes y caballos del mundo compitieron durante tres jornadas en el Recinto Ferial de Cotogrande alternando las pruebas ecuestres con espectáculos y actividades enfocadas al ocio familiar.

Ponte da Boga disfrutó de un protagonismo especial en el concurso dando su nombre a uno de los saltos dentro del certamen. Además, Cabreiroá desplegó un village en el que se organizaron actividades lúdicas para los más pequeños.

Vigo se convirtió en la capital mundial de la hípica.

Cabreiroá, agua oficial de Miss y Mister España 2008

Por segundo año consecutivo, Cabreiroá ha sido el agua mineral oficial durante todos los actos de celebración de los certámenes de Miss y Mister España que tuvieron lugar el 29 de febrero y 1 de marzo en el complejo turístico Marina d'Or en Castellón. Los candidatos pasearon la imagen de la marca en su concentración previa al certamen en la República Dominicana, donde Cabreiroá fue el agua exclusiva del encuentro.



Los candidatos llevaron la imagen de Cabreiroá hasta Santo Domingo.



Buika presenta su nuevo disco "Niña de fuego"



Después del gran éxito obtenido con su último álbum "Mi Niña Lola" (galardonado como Mejor Producción Musical y Mejor Álbum de Canción Española de los Premios de la Música), Buika presenta su tercer disco "Niña de Fuego", en el que Javier Limón vuelve a tomar las riendas de la producción.

En este álbum Buika vuelve a visitar la copla, viaja por primera vez a la ranchera y canta temas inéditos compuestos por ella misma. Canciones de amor y sobre todo de desamor. Buika canta sus vivencias personales en letras que Javier Limón compone especialmente para ella, y en letras propias, nacidas de largas noches de insomnio y soledad en las numerosas giras que realizó el pasado año.

Puesta de largo en A Coruña

De la mano de 1906 Reserva Especial, Buika se acercó a A Coruña para dar a conocer en primicia los temas de su nuevo trabajo discográfico a través de un concierto muy especial. El recital se celebró el pasado 5 de mayo en el marco de la Galería de Arte del edificio BCA 28 y poco más de un centenar de personas tuvieron la oportunidad de asistir a este concierto íntimo en el que la artista, acompañada solamente de un piano y de Javier Limón a la guitarra, hizo vibrar al público con temas llenos de sentimiento.

El estreno multitudinario tuvo lugar en el Teatro Lope de Vega de Madrid el 19 de mayo frente a 1.500 personas. Fueron muchas las caras conocidas que no quisieron perderse el espectáculo, como Pedro Almodóvar, Victoria Abril, Fernando Tejero o Loles León.



Ciclo 1906 de Jazz en Galicia Primavera 08



El Ciclo de Jazz recorrerá las salas más emblemáticas de este género musical en Galicia.

Un concierto de Baldo Martínez Grupo en el Hotel Monumento de San Francisco en Santiago de Compostela dio comienzo al Ciclo 1906 de Jazz que recorrerá durante los próximos meses algunas de las salas más representativas de este género musical en Galicia.

Bajo el lema "Tu momento, tu música", 1906 Reserva Especial pretende con este Ciclo promocionar la música jazz que se crea en Galicia y potenciar su desarrollo a través de actuaciones en vivo de grupos gallegos en locales de referencia, como son Dado Dadá en Santiago, Filloa en Coruña, Clavicembalo en Lugo, Latino en Ourense y Manteca en Vigo.

Entre los grupos participantes, 1906 ha garantizado la presencia de Terela Gradin Quartet, Lucía Martínez Cuarteto, Mr. Dixie Jazz Band, Jacobo de Miguel & Tom Risco Duo, Organic Collective, Pablo Seoane Trio y Abuña Jazz.

El Ciclo se inició el pasado 7 de mayo y la clausura correrá a cargo de Abe Rábade Ghu Project, con su actuación en el Teatro Principal de Santiago el próximo 3 de julio en la que, además, presentará su nuevo disco "Open Doors".

Gira de Son de Limón

Después de su estreno en A Coruña el pasado mes de diciembre, Javier Limón sigue cosechando éxitos en la gira de presentación de su nuevo disco *Son de Limón*.

El pasado 11 de febrero tuvo lugar un concierto en el teatro del Ilustre Colegio de Médicos de Madrid, donde Javier Limón, acompañado por la banda de flamenco-latin-jazz y por la voz de Concha Buika, hizo disfrutar al numeroso público con la música de su álbum más personal.

Al recital acudieron caras muy conocidas, como es el caso de Mónica Cruz, José Luis Perales, Bebe, Lolita, Edu Soto, Sole Giménez, David Trueba, Elena Benaroch o Loles León.

Javier Limón también consiguió llenar el aforo de la sala Luz de Gas de Barcelona el 10 de marzo con seguidores deseosos de conocer su nuevo trabajo discográfico.



Javier Limón triunfa con su nuevo trabajo discográfico.

Gira '08 MAKETON ESTRELLA GALICIA



El Maketón apuesta por los nuevos talentos musicales.



imprescindibles para la jornada festiva.

Por la tarde, el escenario acogía a tres de los nuevos y emergentes proyectos de la escena musical local. **ALVARO COSTAS & HOT BAND**, fueron los encargados de calentar el ambiente con temas como: "Hot Reel" o "Saint Michele".

Tras ellos se presentaba en directo una de las nuevas sensaciones del pop vigués, se hacen llamar **6x7** y presentaron sus nuevas composiciones. Los encargados de cerrar esta edición fueron los chicos de **DREAMS OF DOLLY SHEEP**, una nueva demostración del potencial del metal gallego.

El pasado 25 de Abril tenía lugar en la Cidade Universitaria de Vigo una nueva edición de la Fiesta Universitaria San Vicente organizada por la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.

Desde primera hora de la mañana se podía disfrutar de las competiciones de Wii, PS3 o el Toro Mecánico. El pulpo, la empanada y una refrescante cerveza Estrella Galicia se hacían a mediodía

La Gira '08 MAKETON ESTRELLA GALICIA acercará en próximos meses a nuevos proyectos musicales locales a varias localidades del sur de la provincia de Pontevedra.

Festival do Norte

Un año más, el Festival do Norte convirtió a Vilagarcía de Arousa en la capital "indie" de Galicia. Formaciones como Sidonie, The Blows, Clovis, Tachenko, Sons & Daughters, Triángulo de Amor Bizarro, La habitación roja, Standard o los dj Nano o Rojiblanco fueron algunos de los artistas que integraron el cartel de conciertos que se desarrollaron el 16 y 17 de mayo. Más de 10.000 personas se acercaron al recinto Fexdega para disfrutar del espectáculo, siempre de la mano de Estrella Galicia.

El Festival es un referente para los aficionados a la música "indie".



Panorama de Estrellas

La villa de Cambados en la provincia de Pontevedra se vio desbordada por la afluencia masiva de público a la Gala Benéfica Panorama de Estrellas destinada a la Asociación Española contra el Cáncer que tuvo lugar el pasado 16 de mayo. Más de 20.000 personas disfrutaron de la actuación de artistas de la talla de Rosario Flores, Carlos Baute o Andy y Lucas, que se sumaron al espectáculo de la orquesta Panorama en lo que fue el comienzo de una gira que recorrerá 150 localidades de Galicia hasta final de año. Estrella Galicia acompañará a Panorama a lo largo de todo este tour que conmemora el 20 aniversario de la formación musical.

La gira de Panorama recorrerá 150 localidades de toda Galicia.

CLUB 1906
RESERVA ESPECIAL



te esperamos en
www.club1906.es

*Infórmate en los packs o en los
collarines de 33cl retornable y
consigue exclusivos regalos 1906*

1906 recomienda el consumo responsable



SI 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 aquellas cartas, comentarios, opiniones o artículos que te gustarían que se publicasen.

ANÍMATSE
A PARTICIPAR



comunicacion@estrellagalicia.com
981 901 906 ext.:5254

Pintada asada con empanada de grelos y queso



Para la empanada de grelos:

- Masa de Hojaldre: 500 gr
- Cebolla: 1 unidad
- Pimiento verde: 1 unidad
- Jamón ibérico: 50 gr
- Queso del país: 100 gr
- Grelos: 250 gr
- Espinacas: 100 gr
- Huevos: 1 unidad
- Sal y pimienta blanca: al gusto

Ingredientes: (para 4 personas)

Para la pintada:

- Pintada: 1 pieza de 1 kilo
- Cebolla: 2 cebollas medianas
- 3 pimientos (blanca, rosa y verde): 4 semillas de cada
- Cerveza Estrella Galicia Especial: 1 botella 33cl
- Ajo: 2 dientes
- Especies frescas (tomillo, orégano, perejil y un poco de salvia): 1 ramita de cada
- Tomate entero: 4 unidades
- Aceite de oliva virgen: 1 vasito
- Sal: al gusto



Preparación:

La pintada:

Para preparar la pintada separamos las pechugas de los zancos porque los cocinaremos por separado (la pechuga al horno se nos quedaría muy seca). Empezamos picando la cebolla y el ajo. Le añadimos las especias frescas deshojadas y las pimientos, y lo machacamos un poco en el mortero, añadiendo al final la mitad del aceite. Utilizamos esta preparación para adobar la pintada y metemos los zancos, regándolos con la cerveza y un poco de agua, al horno precaliente a unos 180°C durante unos 40 minutos (comprobando que queden tiernos). Pelamos los tomates y los metemos al horno con los zancos, una vez lleven 15 minutos asándose (los tomates estarán listos más rápido). Haremos las pechugas a la plancha bien caliente para que se doren por todos los lados y las terminaremos en el horno durante unos 4 minutos a 180°C.

La empanada:

Picamos la cebolla y el pimiento y lo pochamos en aceite de oliva. Le añadimos las hojas de espinacas y grelos previamente cocidas y bien escurridas, el jamón ibérico finamente picado, el queso cortado en taquitos y el huevo batido. Ponemos a punto de sal y pimienta blanca, y rellenamos el hojaldre con esta farsa a modo de empanada. La pintamos con huevo y la pinchamos con un tenedor (para que no hinche). Horneamos a 190°C durante unos 25 minutos.

Presentación:

Presentamos medio zanco y media pechuga acompañada del tomate asado y de un trozo de empanada. Salseamos con el jugo del asado y estará listo para comer.

Maridaje:

La pintada, también llamada Gallina de Guinea, es una carne de sabor delicado y muy rica en proteínas de alto valor biológico, que cada vez encontramos con más asiduidad en nuestros mercados. En esta preparación en particular se acompaña de sabores y aromas muy vegetales y pronunciados, que lo convierten en un segundo plato de consistencia y que merece una compañera con carácter para compartir mesa. Elegimos una cerveza Estrella Galicia Especial que se mantendrá a la altura de las circunstancias, aportando frescura y carácter a este particular maridaje.

Por **Álvaro González Rodríguez**
 Chef Ejecutivo
 Giste Cervecera, S.L.U.

VILORIA

organización Internacional de viajes



Viajes de negocios | Vacacionales | Incentivos | Congresos y Ferias

Santiago de Compostela

C/Serra, 28
Telf: 981 587 911

Madrid

C/Melendez Valdés, 9
Telf: 91 543 3904

A Coruña

C/ Menéndez Pelayo, 9
Telf: 981 126 216

www.viajesviloria.com

moscú

Capital de Rusia, y durante gran parte del siglo XX de la extinta Unión Soviética, Moscú es la ciudad más grande de Europa con casi 10.500.000 de habitantes además de un importante centro económico donde se encuentran el mayor número de millonarios del planeta. No en vano ha sido declarada dos veces como la ciudad más cara del mundo.



El centro político, científico, histórico, arquitectónico y comercial de Rusia reúne los mayores contrastes. Lo antiguo y lo moderno van de la mano en esta ciudad cuya primera referencia data de 1147 y que, a lo largo de su historia, ha sufrido múltiples dificultades de las que ha sabido reponerse y resurgir. Buen ejemplo de ello fue la victoria sobre las tropas napoleónicas en 1812 que hizo renacer el “patriotismo ruso” que, pocos años después, llevaría a una serie de revoluciones que cambiarían el curso de su historia.

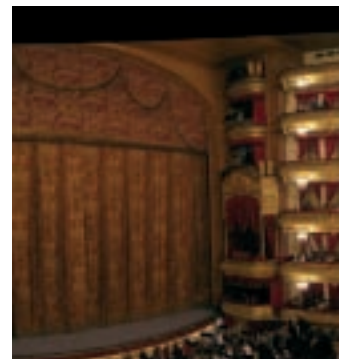
Plaza Roja • Símbolo y centro de Moscú, es el lugar ideal para comenzar la visita. Esta inmensa plaza de 52.000 metros cuadrados, donde el paso de vehículos está prohibido, era ya el centro de la vida pública en el siglo XV. En ella se vivieron todos los grandes acontecimientos de Rusia y es muy posible todavía cruzarse con viejos bolcheviques o cosacos que agitan retratos de Stalin. La plaza está rodeada por la Basílica de San Basilio, seguramente el monumento más impresionante de Moscú gracias a sus bulbos policromos, sus domos torsados o sus frescos interiores. Detrás del muro del Kremlin, está el mausoleo de Lenin, muy austero en comparación con los monumentos de la plaza.



El Kremlin • En 1156 el príncipe Yuri Dolgoruki ordenó construir en la colina Borovítskaya (del Pinar) una fortaleza de madera que luego pasó a ser sede del príncipe de Moscú. Así se inició la construcción de esta fortaleza que fue, y es, núcleo, centro y corazón de Moscú. Dos cúpulas resplandecientes, iglesias, catedrales y palacios de piedra blanca rodeados de imponentes murallas almenadas hacen de ella una ciudad dentro de la ciudad. Y a su alrededor uno de los barrios más animados, Kitaï Gorod, despliega su amplia oferta de bares, tiendas y restaurantes.



◀ **Teatro Bolshoi** • Referencia obligada para todo visitante, es, además de un teatro, una de las compañías con más prestigio del mundo. El actual edificio fue levantado tras las guerras napoleónicas, en 1825, por el arquitecto Osip Beauvais sobre diseño de Andréi Mijailov. Sus dimensiones entonces sólo eran inferiores a las de la Scala de Milán. En 1856 fue reconstruido con el aspecto externo y la lujosa decoración interior que aún conserva. ▶





El metro de Moscú • Comenzó a construirse tras la Revolución de 1917, bajo el poder Soviético, y las primeras estaciones fueron inauguradas en mayo de 1935. Durante la guerra funcionó como refugio de los ataques de los aviones fascistas y actualmente cuenta con casi 300 km. en los que viajan, diariamente, más de 9 millones de pasajeros. Sus estaciones reflejan la historia del país destacando la de Novoslabódskaya (1949-1954), con 32 vidrieras policromas, Kíyevskaya (1954) en honor del 300 aniversario de la reunificación de Rusia con Ucrania o Komsomólskaya (1954) una de las más grandes e importantes ya que se halla en la plaza donde confluyen tres estaciones de ferrocarril.

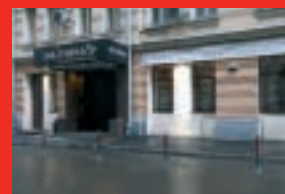


Comer • Los ingredientes de la cocina rusa no se diferencian mucho de los españoles, aunque sí su preparación debido al largo invierno que obliga a conservar los alimentos con sal, hierbas y vinagre. Destaca el consumo de verduras y patatas, presentes en la famosa ensaladilla rusa, aunque también se consume todo tipo de carnes. Sin embargo no tendrá problemas el viajero a la hora de elegir restaurante pues bajo el cartel de Pectopah (restaurante en ruso) encontrará cocinas de cualquier parte del mundo.

Dormir • Alojarse en Moscú resulta caro. Es difícil encontrar buenos hoteles de 3 estrellas que se ajusten al estándar europeo y que estén situados en el centro, donde solo han subsistido los establecimientos de 5 estrellas. Una de las posibilidades es alquilar un apartamento. En los últimos años aparecieron numerosas agencias donde se pueden encontrar todo tipo de apartamentos y muchos de ellos están ubicados en la parte más céntrica de la ciudad.



dónde tomarse una estrella



El Parador •

Calle Tverskaya, 12/2 •
Distrito Central • Moscú
Tel. (495) 629-36-71

La llegada de la democracia a España repercutió también en el sector cervecero que tuvo que adaptarse a una progresiva liberalización de los precios, a una mayor competencia en el mercado y a un fuerte aumento de la fiscalidad en un contexto de incremento de costes en todos los ámbitos.

En esta etapa, Hijos de Rivera apostó por una fuerte inversión en tecnología que le permitió satisfacer la demanda con un crecimiento productivo sostenido a lo largo de los años. De este modo, entre 1976 y 1977 se completó la compra de un tren completo de lavado y embotellado, que alcanzaba la cifra de 33 mil botellas/hora, una nueva caldera de vapor, que generaba mayor energía calórica en las cocciones, y unos circuitos de autolimpieza en las bodegas de fermentación. El importe de esta maquinaria ascendió a cerca de 80 millones de pesetas.



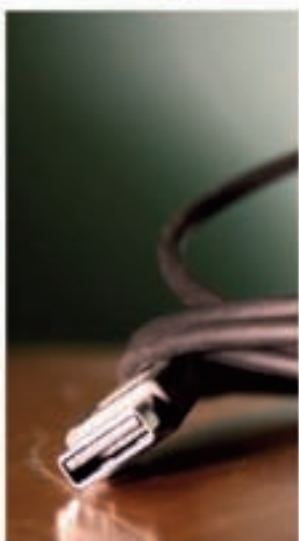
También en 1976...



- 1 Se produce el primer vuelo comercial del Concorde.
- 2 El golpe militar del general Videla en Argentina derroca a Isabel Perón.
- 3 Un terremoto de 7,5 grados en la escala Richter deja en Guatemala 26.000 muertos.
- 4 Adolfo Suárez es nombrado Presidente del Gobierno de España y el Rey dicta una amnistía para los presos políticos.
- 5 Nace el holding del automóvil PSA por la fusión de Peugeot y Citroen. Se funda la empresa Apple Computer en EE.UU.
- 6 Fallecen el cineasta italiano Luchino Visconti, la cantante española Cecilia y el político y revolucionario chino Mao Zedong.
- 7 Se celebran los Juegos Olímpicos de Montreal. La gimnasta Nadia Comaneci es la gran triunfadora.
- 8 Se estrena *Taxi Driver* de Martin Scorsese. Rocky gana el Oscar a la Mejor Película.
- 9 Jimmy Carter es elegido presidente de EE.UU.
- 10 Se publica por primera vez el diario español *El País*.



ES IMPOSIBLE QUE
UTILICES TU CARGADOR
DE MÓVIL DEL AÑO PASADO
CON TU NUEVA PDA.



El mundo de la empresa se ha vuelto muy complicado. Para ayudarte llega **Caixa Galicia Empresas**. No podemos simplificar toda tu empresa, pero sí la parte financiera. ¿Te imaginas poder realizar todas tus gestiones on line desde donde quieras y cuando quieras? Con Caixa Gestión es posible.

DESCOMPLICATE!

 **CAIXA GALICIA**
EMPRESAS

