

SOCIO DE



XACOBEO 2010
Galicia

埃斯特拉牌啤酒

Galicia



mundo estre



actualidad | tendencias | eventos | viajes | gastronomía

nº13

Abril 2010
especial
Alta Gastronomía
música
Ciclo 1906 de Jazz
viajes
Andorra

地址: 上海
电话: 86 21 64676900

产品类型: 啤酒
成分: 水, 大麦芽, 玉米, 啤酒花
酒精度: 5,5% 净含量: 33 cl

装瓶日期/保质期: (请参阅包装):

33cl e

L0265
ENE 11

www.estrellagalicia.es

exposición universal
de Shanghai

CERVECEROS

DESDE





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



Me han pedido que escriba aquí las palabras que pronuncié con motivo de la cena de empresa que celebramos la pasada Navidad. Han pasado ya cuatro meses desde el fin del año anterior y aunque eso le quita frescura a mi valoración sobre el año 2009, creo que las reflexiones mantienen su propio interés, así que lo transcribo tal cual.

“¿Cómo es posible que sigamos creciendo a pesar de la profunda crisis en que nos encontramos?”

Podría extenderme en un profundo análisis técnico, pero básicamente encuentro dos razones principales,

Porque provenimos de GALICIA

Porque además en Galicia habitualmente llueve y hace frío

GALICIA

Lo de pertenecer a Galicia lo digo porque el nuestro es un país que histórica, geográfica, social y culturalmente está habituado a desenvolverse en un entorno y circunstancias adversas, en las que a veces el objetivo a alcanzar es tan solo subsistir...

Esto, que por un lado enquina un hábito y carácter conformista respecto a la “inevitable” adversidad, por otro determina una innata capacidad de adaptación a ella, en base a una reconocida cultura del esfuerzo y del trabajo en cualquier circunstancia, lo que además favorece un importante desarrollo de la creatividad en muchos ámbitos y determina el carácter audaz necesario para emprender, explorar y arriesgar en la búsqueda de nuevos recursos, muchas veces en entornos muy diferentes al propio.

Pues bien, estos rasgos de nuestro ADN como pueblo no son ajenos a aquellos factores que están haciendo que empresarialmente estemos sobrellevando la crisis con éxito, en base a una arraigada capacidad de adaptación a un entorno adverso e incierto, a una cultura del esfuerzo y del trabajo, a la vocación de servicio, a la potenciación del talento creativo y la innovación y la voluntad de emprender nuevos mercados..., todo ello sustentado sobre la base de mantener la garantía de una oferta de calidad reconocida, que por cierto también es uno de los rasgos que definen a nuestra tierra.

LLUVIA

Pero además, aquí habitualmente llueve y hace frío...

El negocio cervecero ha sido tradicionalmente estacional y, por tanto, el clima, la estación del año, han determinado las ventas.

Sin negar la influencia estacional, cuando en 1999 asumí la Dirección General de Hijos de Rivera, iniciamos el cambio de una cultura empresarial arraigada en cuanto a la utilización del clima casi como único factor determinante y justificante del crecimiento o decrecimiento. Esperar a que un entorno de bonanza climatológica facilitase las ventas, acomodaba la cultura de empresa, perjudicaba la autocrítica y frenaba nuestra propia competitividad.

La crisis actual viene precedida por un largo periodo de climatología económica de “sol y calor”. Parecía que el verano iba a ser interminable, permanente y por tanto el mercado absorbería fácilmente todo lo que se le presentase..., pisos, automóviles, créditos, trabajo, etc. Los beneficios se obtenían rápidamente, por el mero hecho de que no asomaban nubes en el horizonte. Pero, de repente, llegó el invierno de forma “inesperada”. Y no un invierno de tres meses, sino de varios años...

Pertenecer a una tierra en la que la lluvia sí es esperada y habernos acostumbrado a no esperar que únicamente el sol en Galicia determine nuestro crecimiento, sabiendo que nuestros veranos son inevitablemente cortos e inciertos, ha desarrollado nuestra competitividad durante estos años, lo que nos ha permitido disponer de las herramientas, la cultura y el modelo de negocio necesarios para competir con ventaja cuando caen chuzos de punta...”

Y así cerramos el 2009, segundo año de crisis, con un ejercicio histórico en el que rompimos la barrera de los 100 millones de litros de cerveza, inalcanzables sin los paraguas de todos los retos que contribuyen al “sol” de la cerveza gallega. Es importante que no olvidemos esto, pero tengo que reservar algo para mi próximo texto... ☺





1906
— año / 1906 —
RESERVA
ESPECIAL



nº 13

abril 2010

Edita: Hijos de Rivera S.A.

Dirección y redacción: Área de Comunicación

Diseño y maquetación: Bolanda, ediciones y marketing

Fotografía: Gabi Gabo, Ferrán Castrillo, Samuel Navarrete
Jimena Berenguer y Promoción y Turismo de Andorra

Colaboraciones: José Luis Olmedo, José Yera y
Álvaro González



sumario



6	noticias
15	especial <i>Alta gastronomía</i>
20	actualidad <i>Expo Shanghai</i>
22	en primera persona <i>Eduardo Sanjuán</i>
24	expansión estrella
26	estrella por dentro <i>Maeloc</i>
28	en ruta
30	temas estrella
32	factor H
35	personaje estrella <i>Pedro Larumbe</i>
36	eventos
39	son estrella galicia
45	gastronomía
47	viajes <i>Andorra la Vella</i>
50	guiño al pasado <i>1993</i>

100 millones de litros

La compañía deja atrás el 2009 celebrando un record histórico de producción en un año lleno de novedades

Cumplimos 103 años celebrando un record histórico de producción de cerveza en 2009. Hijos de Rivera ha superado por primera vez la producción de 100 millones de litros de cerveza anuales, un hito que se debe en gran medida a la fuerte expansión a nuevos mercados impulsada en los últimos años. De este modo, la empresa se consolida como cuarto grupo cervecero nacional.

En concreto, la producción de cerveza de la compañía alcanzó los 102,37 millones de litros. En el caso del agua mineral, se superaron los 61 millones de litros, la sidra sumó 875.000 litros, la sangría más de 300.000 y de las bodegas Ponte da Boga salieron cerca de 190.000 botellas el pasado año.

La cifra de negocio de Hijos de Rivera S.A. se situó en 2009 en torno a los 165 millones de euros, alcanzando un significativo crecimiento respecto al ejercicio anterior.

Balance 2009

El pasado ejercicio culminó con la celebración por superar la cifra mágica de los 100 millones de litros pero el 2009 estuvo plagado de buenas noticias.

El esfuerzo en el ámbito de la innovación de la compañía se materializó en la constitución de Customdrinks, una plataforma de innovación con nuevas líneas de negocio atractivas tanto para el Grupo como para terceros.

Además, asistimos al lanzamiento de nuevos productos al mercado, como es el caso de la cerveza Estrella Galicia Light, la sangría y tinto de verano Lerele o la sidra seca Maeloc. A todos ellos se sumó el nuevo impulso otorgado al segmento sin alcohol con River Estrella Galicia Sin y 0,0.

La Adegas Ponte da Boga también ha apostado por la innovación y el pasado año nos presentó el fruto de su nueva filosofía. Además, de los tradicionales Ponte da Boga Mencía y Godello, pudimos conocer la nueva línea de vinos Capricho, una producción limitada basada en la investigación y el cuidado exquisito en su elaboración.

También fue un año de reconocimientos. La cerveza 1906 Reserva Especial obtuvo la medalla de bronce en el International Beer Challenge, uno de los galardones más prestigiosos del sector cervecero mundial, tanto en la categoría de Sabor como en la de Packaging. Por su

parte, Cabreiroá vio reconocida su calidad en los Premios Termatalia y los licores Quenza fueron galardonados con los Premios Gallaecia.

En el ámbito de la distribución, el año comenzó con la noticia de que Hijos de Rivera asumía la distribución de Schweppes en Galicia, sumando su gama de productos a la ya amplia oferta de nuestra compañía. Por otra parte, la expansión dentro del territorio nacional se completaba con la adquisición del 40% de Canarias Distribución, compañía distribuidora presente en todas las islas del archipiélago canario.

“La compañía se consolida como cuarto grupo cervecero nacional”

La expansión de la compañía ha llevado a nuestros productos a mercados de todos los continentes. El pasado año destaca especialmente la consolidación en Sudamérica, completando la presencia en países como Brasil, Chile, Argentina o Uruguay. También el desembarco en los mercados del Este de Europa, con Polonia, la República Checa o Rusia como principales destinos, y la expansión en el área asiática, con el desarrollo en países como China y Japón, así como la entrada en Barcino, empresa filipina de importación y distribución.

En otro ámbito, no podemos dejar de mencionar el importante acuerdo alcanzado por Cabreiroá con la compañía aérea Iberia por el que se garantiza la presencia del agua mineral en todos sus vuelos y salas VIP. Este acuerdo se completa con la introducción en la alianza Oneworld a través de todas sus salas VIP en España.

También Cabreiroá ha consolidado su imagen asociada a la alta restauración en España con su presencia en algunos de los encuentros más prestigiosos del sector, desde Madrid Fusión a Millésime.

Todas estas novedades que hemos presentado en sociedad, se han visto acompañadas por nuestra participación en todo tipo de iniciativas de carácter cultural y social. Entre ellas, destaca el apoyo de Estrella Galicia al fútbol gallego a través de los patrocinios del Deportivo de La Coruña y el Celta de Vigo, la introducción de River Estrella Galicia en el mundo del motor de la mano de los vigentes Campeones de España

de Rallyes de Asfalto, el Nupel Team, o el acercamiento de Cabreiroá al surf a través del CAV Surfing Project.

Además, hemos disfrutado de un gran número de propuestas musicales de la mano de Son Estrella Galicia y nos hemos acercado a la música jazz y a las propuestas de Casa Limón a través de 1906 Reserva Especial.





1906 Reserva Especial en lata sleek

La cerveza 1906 Reserva Especial se presenta a partir de este mes de marzo en un nuevo formato de lata sleek de 33 cl. Con este cambio, aporta una imagen innovadora y elegante a un producto que se asocia con un posicionamiento de alto nivel en el mercado y que demanda un punto de diferenciación que subraye su altísima calidad.

La marca presenta este formato de lata sleek en packs de 6 unidades destinados tanto al canal de alimentación como a la hostelería.

Voz Natura

Cabreiroá impartió a finales de febrero diversas clases sobre consumo responsable de agua con el objetivo de que los niños empezasen a tomar conciencia de la importancia de este recurso para la vida.

Los elegidos fueron cuatro centros Voz Natura de cada una de las provincias gallegas y se desarrolló una actividad que combinaba las clases interactivas sobre el consumo responsable de agua y la importancia de su cuidado para mantener la biodiversidad con tareas en las que los escolares podrían desarrollar su imaginación.



Cabreiroá desarrolló actividades sobre consumo responsable de agua

Luis Moya con River Estrella Galicia



Reunión de campeones en el Circuito de Conducción de A Pastoriza en Lugo para el rodaje del nuevo spot de River Estrella Galicia. En esta ocasión contamos con Luis Moya, Director deportivo del equipo Nupel, y los hermanos Vallejo, vigentes Campeones de España de Rallyes de Asfalto.



Luis Moya será el protagonista de la nueva campaña de River Estrella Galicia

Al volante de su nuevo vehículo de competición, los integrantes del equipo Nupel desplegaron todo su saber hacer en una jornada intensa de trabajo. Por su parte, Luis Moya expresó su "orgullo por formar parte del proyecto de River Estrella Galicia, como coruñés y persona muy cercana a la empresa". Además, dejó clara su gran afición por las cámaras disfrutando al máximo del rodaje.

El resultado lo veremos el próximo mes de abril.

Imagen espectacular

Desde finales de enero una imagen impactante de Estrella Galicia destaca de forma espectacular en Vigo. Ubicado en la entrada de la ciudad, el monoposte reproduce una bandeja repleta de botellas de cerveza, un formato único por su carácter innovador y pionero en Galicia que llama la atención por su vistosidad. La imagen se presenta en ambas caras de forma que se puede ver tanto en dirección salida como entrada de la ciudad. Además, en breve incorporará iluminación nocturna.



Cabreiroá, Edición Limitada 2009



Con motivo de las fechas navideñas, Cabreiroá lanzó su Edición Limitada 2009 por segundo año consecutivo, una edición de botellas de cuidado diseño destinada a coleccionistas y establecimientos gourmet.

En esta ocasión, la compañía apostó por un diseño inspirado en el arte tradicional de las *palilleiras* de Camariñas, incorporando en el envase gotas de agua elaboradas en base al popular encaje.

El diseño de la botella, de 1 litro en cristal mate y con elementos de color plata, alude a las gotas de agua que fluyen del manantial de Cabreiroá y fue realizado en colaboración con Beatriz Dios Rodríguez, natural de Camariñas y de profesión *palilleira*.

Además, el envase incorporaba una muestra real del propio encaje de Camariñas elaborado a mano por las *palilleiras* de la zona y se presentaba dentro de una lata a medida decorada con los mismos motivos.

Esta acción se canalizó a través del organismo “Mostra do Encaixe” y, tras determinar el diseño final, 50 *palilleiras* de las asociaciones Rendas y Palillada elaboraron con sus manos las muestras que acompañan a cada una de las botellas.

Reconocimiento a Camariñas

La opción elegida por Cabreiroá para decorar su Edición Limitada 2009 pretende poner el valor la labor de un colectivo como el de las *palilleiras* de Camariñas que remite a las raíces más auténticas de la artesanía gallega.

Para celebrarlo, el pasado 5 de febrero, tuvo lugar un acto público en Camariñas a través del que Cabreiroá trasladó su agradecimiento a todas las personas implicadas en el proyecto e hizo entrega del premio a la *palilleira* ganadora del concurso, Beatriz Dios.

Por su parte, tanto los representantes del Concello de Camariñas como de las Asociaciones mostraron su entusiasmo por el hecho de que una marca como Cabreiroá haya decidido incluir sus diseños en un envase tan especial.



Acto de entrega del premio a la *palilleira* ganadora del concurso, Beatriz Dios

Estrella de Navidad



Como cada año, las Navidades suponen la llegada al mercado de la tradicional Estrella de Navidad, una producción muy limitada de cerveza que se caracteriza por emplear 100% malta y por haber sido elaborado con lúpulo propio, procedente de la plantación de la compañía en el Centro de Investigaciones Agrarias de Mabegondo.

Estrella de Navidad comenzó a comercializarse en el canal de alimentación en el mes de diciembre. En esta ocasión, el producto se envasó en un formato muy atractivo e innovador, aplicando el tapón *abre-fácil*, una de las últimas novedades del mercado que proporciona una mayor facilidad de apertura y supone un paso más a la hora de garantizar la calidad del producto hasta su consumo.

Además, la botella incorpora etiquetas autoadhesivas con motivos navideños que juegan con las transparencias y reflejan la numeración de esta edición limitada y exclusiva de cerveza.



Manzanova

La sidra Manzanova ha lanzado su nueva imagen. A partir del mes de marzo, las botellas de 25 cl. presentan un diseño mucho más fresco y moderno que se refleja en su nueva etiqueta autoadhesiva. Además, ha incorporado un tapón abre-fácil de mayor funcionalidad para los consumidores.

Este nuevo diseño se aplica también a los packs de cuello de 6 unidades y podrá encontrarse tanto en el canal de alimentación como en hostelería.



Redes sociales

La influencia de las redes sociales es cada día mayor y nuestros productos no se han quedado atrás. En el número pasado informábamos de la irrupción de Estrella Galicia en una de las más populares, Facebook, alcanzando en tiempo record los 15.000 "amigos". Hoy ya rondan los 24.000 y conforman una comunidad muy activa, que participa masivamente en concursos y promociones canalizadas a través de esta herramienta. Además, los comentarios de los usuarios suponen una fuente inagotable de información sobre sus opiniones e inquietudes.

Club 1906

Más reciente es la creación del perfil del Club 1906 que en una semana logró sumar casi 1000 "amigos". Imágenes, vídeos musicales e información diversa sobre promociones y sorteos son los principales reclamos de un foro que gana adeptos cada día que pasa.

A través de www.club1906.es, la cerveza 1906 Reserva Especial ha creado una excelente plataforma de comunicación con sus consumidores más fieles, respirando los valores que desea transmitir la marca. La mayoría de sus contenidos están relacionados con la música superpremium, gracias a la asociación de 1906 con el sello discográfico Casa Limón, sobre todo con el Jazz. Además, registrándose en el Club 1906, se puede acceder al exclusivo Bazar 1906, lugar en el que los consumidores pueden canjear los códigos obtenidos en las botellas de 1906 por puntos con los que poder conseguir atractivos regalos.



Ante la popularidad y la importancia que han alcanzado las redes sociales, 1906 Reserva Especial ha trabajado para transmitir el espíritu del Club 1906 a redes como YouTube, perfil en el que incluimos los videos de los artistas con los que colabora 1906, FlickrR, con una galería de fotos actualizada de los últimos conciertos así como un archivo histórico, Spotify, con la creación de una lista de reproducción con las 184 canciones de artistas 1906, 14,5 horas de la mejor música premium, y la ya mencionada Facebook, que cuenta con originales aplicaciones como "MyBand", donde los seguidores pueden escuchar gratuita y legalmente la música de los artistas 1906.

Desymo

Desymo fue la empresa elegida para dar respuesta a un joven empresario con una apuesta ambiciosa para un local en el corazón de Betanzos. Un gran reto, tanto por el concepto de negocio, como por la dificultades derivadas de la ubicación del local, situado en un edificio protegido en el casco histórico e la localidad, por lo que las actuaciones estaban muy acotadas bajo una normativa muy estricta.

El cliente buscaba un local diferente en el que poder ofrecer desde un desayuno por la mañana hasta una copa a media noche, todo ello en el ambiente adecuado para cada momento y con la dificultad de abarcar un público con un abanico de edades muy amplio.

Para conseguirlo, Desymo diseñó un local que se podría calificar como histriónico, un local provocador que no deja indiferente a nadie y en el que el cliente se siente como en casa en un ambiente cálido y acogedor. Se ha cuidado hasta el más mínimo detalle, desde la elección de los materiales, hasta el diseño personalizado del mobiliario, fabricado expresamente para este local.

Especiosos, pieles, lacados, cortinones de terciopelo, todo un ambiente neobarroco que, según pasan las horas, se transforma gracias a una estudiada ilu-



minación que lo tiñe de rojos y morados creando la atmosfera adecuada para tomarse una copa a media noche.

Miremos a donde miremos encontraremos la evidencia de un local único, en el que nada es casualidad, y en el que, sobre todo, se aprecia un trabajo bien hecho.

Nuevo sabor ACE Rojo de Zumos Pago

Zumos Pago presenta en exclusiva para Galicia el Nuevo Ace Rojo

Zumos Pago pone en marcha un plan de lanzamiento que va desde visibilidad en Punto de Venta que apoya el conocimiento del producto en el bar, con menús y cartelería exclusiva del nuevo sabor, pasando por una Campaña de Comunicación exterior en las principales ciudades gallegas: vallas y autobuses, que dan a conocer el ACE Rojo al consumidor final gallego y con acciones en su web y Facebook.

Tras el éxito que ha tenido un sabor estrella como el ACE, muy valorado por el hostelero y consumidor, Zumos Pago quiere seguir ampliando esta categoría y lanza el **Nuevo ACE Rojo**. El ACE Rojo es una combinación perfecta de



zumos de Ciruela Roja, zanahoria y limón y posee un 30% de vitaminas A, C y E recomendada diariamente por expertos.



Los asistentes ampliaron sus conocimientos sobre los productos de la compañía

Formación continua

En el último trimestre de 2009, las áreas de calidad y SPV impartieron a los preventas y al personal comercial de los distribuidores formación encaminada a mejorar sus conocimientos sobre las características de nuestros productos (cerveza y agua) y de las instalaciones dispensadoras de cerveza a presión.

Con el objetivo de aportar a los asistentes argumentos de venta basados en la calidad y en la diferenciación de las cervezas y las aguas de Hijos de Rivera, se explicó a los participantes las particularidades de su proceso de elaboración, sus propiedades y las características diferenciadoras de nuestras las instalaciones de cerveza a presión.

Las jornadas incluyeron también una parte práctica consistente en la realización de una degustación comparativa de cervezas de Estrella Galicia frente a otras marcas, así como un ejercicio de tiraje de cañas.

Esta formación se llevó a cabo en las ciudades de A Coruña, Santiago, Ferrol, Lugo, Ourense, Pontevedra, Vigo, Bilbao, Valladolid, Oviedo, Barcelona, Madrid, Sevilla, Granada, Valencia y Alicante, contando con la asistencia de 211 participantes.

Proyecto Senifood

El grupo Hijos de Rivera participa en un proyecto sobre investigación industrial de dietas y alimentos con características específicas para las personas mayores. El Ministerio de Ciencia e Innovación hizo pública la adjudicación del proyecto del Programa de subvenciones CENIT. El proyecto finalizará en 2012, y contará con un presupuesto total de 24 millones de euros.

El objetivo general de este proyecto, SENIFOOD, es la consecución de alimentos específicamente diseñados para las personas mayores, que permita desarrollar una nutrición equilibrada en este sector de la población.

Desde el punto de vista científico se persigue avanzar en el conocimiento de los mecanismos de acción de los ingredientes de dichos alimentos sobre las metabolopatías más frecuentes en la tercera edad, con el fin de generar una sólida base científica en las alegaciones que se formulen.

Desde el punto de vista tecnológico se pretende aunar dichas propiedades funcionales con unas características físico-químicas (textura, fluidez) y organolépticas (sabor, aroma) de dichos productos, que hagan adecuado, sencillo y agradable su consumo.

El proyecto lo integramos un consorcio de empresas formado por importantes grupos de I+D, productores de ingredientes y productos alimentarios como Natraceutical, Biopolis, Nutrafur, Bioibérica, Bodegas Matarromera, CAPSA (Central Lechera Asturiana),



Campofrío, Ordesa, Tutti Pasta y Mugaritz, así como el centro geriátrico Gerozerlan, perteneciente a la Fundación Matia. Además, cuenta con la participación de centros de investigación públicos, como el CSIC, centros tecnológicos y grupos de investigación de las principales universidades nacionales.

La necesidad de abordar este proyecto surge de las cifras proporcionadas por el Instituto Nacional de Estadística, según las cuales, en España, el porcentaje de personas mayores representa aproximadamente el 18% de la población y la tendencia es que esta cifra se incremente.



La Universidad reconoció el trabajo de investigación de las entidades privadas

Hijos de Rivera en la Universidad

La Universidad de Vigo celebró el pasado 23 de febrero un acto en el que se reconoció la labor de las empresas que, como Customdrinks, colaboran en el desarrollo de proyectos de investigación. La estrella indiscutible del evento fue Ferrán Adriá, quién impartió una ponencia sobre la creatividad en base a su experiencia en el restaurante El Bulli.

La relación entre Customdrinks y la Universidad de Vigo tiene su origen en el desarrollo del proyecto de investigación CDTI (Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial, entidad pública dependiente del Ministerio de Ciencia e Innovación): Desarrollo de nuevos productos y de su sistema de envasado a partir de derivados de la manzana gallega. Actualmente, Hijos de Rivera también colabora con la Universidad de Santiago en varios proyectos financiados por la Xunta de Galicia: Adaptación y optimización del cultivo en Galicia de diversas materias primas para la elaboración de cerveza y Caracterización del lúpulo cultivado en Galicia: valorización y diferenciación.

RESPUESTA
PROFESIONAL

A UN DÍA DE LA PRESENTACIÓN
Y EL ORDENADOR SE VUELVE
A QUEDAR COLGADO.



Mantenimiento LAN + PC

Ahora todo es más fácil, porque dispondrás de la **asistencia técnica** necesaria para la **reparación de averías** o la **resolución de incidencias** en todos los **ordenadores, monitores, periféricos y redes de área local** de tu empresa en **12, 24 ó 48 horas**. Incluso, en los que no hayas contratado con nosotros. Y todo con un **único proveedor** y por una **cuota mensual**.

Telefonica

Infórmate en el **900 10 10 10**, en telefonica.es/profesional o en tu **Distribuidor más cercano**.

Previa auditoría del equipamiento ya instalado. Consulte condiciones de la auditoría, cobertura, comercialización y requisitos técnicos de los servicios ofertados.



Tu Estrella

pero *light*

35% MENOS CALORIAS
2,5° ALCOHOL



especial alta gastronomía

CABREIROÁ INVITA A MADRID FUSIÓN A LA VANGUARDIA DE LA GASTRONOMÍA GALLEGA

Xosé T. Cannas y Pepe Solla ejercieron de embajadores de la gastronomía gallega en este encuentro internacional

Cabreiroá se presentó un año más como agua oficial de Madrid Fusión, el encuentro gastronómico más importante de nuestro país. En esta ocasión, se acompañó de dos de los nombres más reputados de la gastronomía gallega que ejercieron de embajadores de Galicia en el Salón y que tuvieron la oportunidad de dar a conocer las propuestas que plantean desde sus cocinas, al nivel de los grandes maestros internacionales.

Xosé T. Cannas y Pepe Solla, ambos con una Estrella Michelin en su haber, visitaron Madrid Fusión el 27 de enero. Los dos valoraron muy positivamente encuentros como éste en el que intercambian opiniones y propuestas con otros profesionales del sector y encuentran una amplia oferta de productos que sumar a sus platos. La creciente repercusión de la gastronomía gallega se ha hecho patente en Madrid Fusión donde han sido mencionados como referente por alguna de sus creaciones.



Se trata de una oportunidad única para poner en contacto y dar a conocer a nivel internacional la vanguardia de la cocina gallega en el marco de un encuentro que cuenta con la presencia de grandes nombres como Ferrán Adriá, José Andrés, Juan Mari Arzak, Pedro Larumbe, Heston Blumenthal, Alain Ducasse o Yoshihiro Narisawa y que convierte a Madrid durante unos días en la capital mundial de la gastronomía.

Por su parte, Cabreiroá estuvo presente en todas las actividades que se celebraron en Madrid Fusión y, además, dispuso de varios stands de degustación, tanto para Cabreiroá Agua Mineral Natural como para Cabreiroá Única. Sin duda se trata de una plataforma de exposición que sitúa a Cabreiroá al más alto nivel de la gastronomía de vanguardia.

Estrella Galicia y Cabreiroá, al lado de la élite de la cocina internacional

El Fórum Gastronómico de Santiago cerró sus puertas confirmando su liderazgo en el ámbito gastronómico y felicitándose por un éxito rotundo de afluencia de público. Más de 17.000 personas visitaron el Fórum en el recinto ferial de Amio entre el 21 y el 24 de febrero. Esto supone un promedio superior a las 4.000 personas diarias. A estas personas hay que sumar las que participaron en alguna de las actividades paralelas al Fórum Gastronómico, como el Fórum Ciudad, celebrado el 20 de febrero, la Novena Gastronómica en la noche del domingo 21, la exposición "Ao pé do lar, Memorias da Cociña", o el Fórum Tapas, entre el 17 y el 24. Una cifra que se puede situar por encima de las 15.000 personas.

La organización ha subrayado también el altísimo nivel de las distintas actividades programadas, especialmente por su carácter innovador y participativo. Lo mejor de la cocina mundial se dio cita en Santiago de Compostela arropada por una



SANTIAGO, CAPITAL GASTRONÓMICA DEL ARCO ATLÁNTICO



Ferrán Adriá visitó el stand de Hijos de Rivera en el Fórum



multitud de medios de comunicación llegados de todos los continentes que han contribuido a la imagen de la ciudad como capital gastronómica de referencia. En total, se acreditaron más de 200 periodistas, proporcionando una enorme repercusión al evento.

Grandes nombres como Ferrán Adriá, la gran atracción mediática del evento, Eneko Atxa (Euskadi), los hermanos Joan y Josep Roca (Cataluña), Pedro y Marcos Morán (Asturias), Pepe Solla (Galicia), Pierre Gagnaire (Francia), Xosé y Xoán T. Cannas (Galicia), Ernst Knam (Milán), Jacob Mielcke (Dinamarca), Bernard Lahousse (Bélgica) o Alex Atala (Brasil) fueron algunos de los protagonistas de talleres, charlas y debates a los que el público respondió con una asistencia masiva.

Cabe destacar también la asistencia al Fórum Gastronómico de multitud de profesionales de los sectores vinculados a la gastronomía: producción, distribución, equipación, cocina, etc, que enriquecieron con sus propuestas el dinamismo propio del Fórum.

Entre ellos, jugó un papel destacado el stand que Hijos de Rivera desplegó en el recinto, centro de reunión de profesionales de la cocina, periodistas, personalidades institucionales y visitantes en general a lo largo de las jornadas del Fórum.

ESTRELLA GALICIA EN EL FÓRUM GASTRONÓMICO 2010

Estrella Galicia, como patrocinador principal del Forum Gastronómico Santiago '10, quiso compartir con los visitantes y amantes de la gastronomía su particular aportación a través de la cerveza. De este modo, se convirtió el principal protagonista de diversos eventos divulgativos.

El Fórum Ciudad que se celebró el sábado 20 de febrero dio una especial relevancia a las catas con maridaje. Diversos productos de la gastronomía gallega (quesos, embutidos, conservas, etc.) compartieron protagonismo con la degustación de las mejores bebidas gallegas. Fernando Iglesias, Técnico de



Calidad de Estrella Galicia, presentó ante una sala llena hasta la bandera sus propuestas de maridaje entre nuestra cerveza y dos productos típicos de Galicia: conservas y quesos.

El domingo nos trasladamos al recinto oficial del Fórum para asistir a un taller denominado "Cerveza Estrella Galicia, perfecta aliada gastronómica". Fernando Iglesias y Álvaro González, Chef Ejecutivo de Giste Cervecería, introdujeron a los asistentes en el fascinante mundo de la cerveza en la cocina. Su papel como ingrediente en multitud de recetas y la personalidad que aporta a cada plato fueron una agradable sorpresa para muchos.

Esa misma tarde, los amantes de la cerveza tuvieron la oportunidad de acercarse un poco más a su historia, su elaboración y sus características de la mano de José Luis Olmedo, Maestro Cervecerero. Una breve presentación dio paso a una cata en la que aprendieron los secretos de una correcta degustación cervecedera.

PONTE DA BOGA, VINOS SINGULARES EN LA RIBEIRA SACRA

El lunes día 22 llegó el turno de nuestros vinos Ponte da Boga. La sala Ateneo fue el escenario de una cata dirigida por nuestro enólogo Dominique Roujou de Boubee. Una aproximación a las variedades locales y vinos especiales de la Ribeira Sacra a través de la degustación de siete caldos procedentes de la Adegas Ponte da Boga.



AHORA TÚ ELIGES, ACE NARANJA O NUEVO ACE ROJO

Distribuido por Hijos de Rivera S.A. 

*más info en
www.Pago.es*



Pure Paradise



Exposición Universal Shanghai 2010



Hijos de Rivera ha conseguido la exclusiva del suministro de bebidas en el pabellón español a través de un acuerdo con el prestigioso cocinero navarro Pedro Larumbe

Hijos de Rivera ha conseguido la exclusiva del suministro de bebidas del pabellón de España en la Expo de Shanghai 2010 gracias a un acuerdo suscrito con el reconocido cocinero Pedro Larumbe, concesionario oficial de la restauración del pabellón.

Los productos de Hijos de Rivera han sido seleccionados para representar a España en este evento internacional en el marco de uno de los ámbitos que cuenta con un mayor peso y repercusión de la delegación española, la gastronomía. En palabras del propio Pedro Larumbe, "estoy encantado de la elección de Hijos de Rivera como proveedor oficial de bebidas en la Expo Shanghai y completamente seguro de que haremos un equipo excelente".

De este modo, los más de 30.000 visitantes diarios que espera el recinto español a lo largo de seis meses de Exposición Universal tendrán la oportunidad de disfrutar en exclusiva de la cerveza emblemática de la compañía, Estrella Galicia, así como del agua mineral Cabreiroá y otros productos del grupo empresarial, como es el caso de la cerveza sin alcohol River Estrella Galicia, Shandy Estrella Galicia, los vinos Ponte da Boga, de la D.O. Ribeira Sacra, la sangría Lerele o los aguardientes Quenza.

A día de hoy, resulta complicado estimar la cantidad de producto total que demandará el servicio de restauración de España a lo largo de los seis meses que se alargará la Expo pero la compañía ya ha llevado a cabo el envío de la una partida hacia China. Este envío está compuesto de más de 65.000 litros de cerveza, 110.000 litros de agua mineral, 36.000 litros de sangría y tinto de verano, 8.000 litros de vino y 400 litros de aguardiente.

La dirección de Hijos de Rivera ha valorado este acuerdo como un paso extraordinario para la consolidación internacional de la compañía que en la actualidad ya cuenta con presencia en 25 países de todo el mundo. La Exposición Universal de Shanghai, que abrirá sus puertas el próximo 1 de mayo, espera un total de 70 millones de visitantes a lo largo de seis meses en los que la ciudad china se convertirá en uno de los mayores focos de atención mundial. Todas las previsiones señalan que se tratará de la mayor Exposición Universal celebrada en toda la historia.

Este acuerdo alcanzado con Pedro Larumbe cierra también la presencia de los productos de la compañía en todos los restaurantes que del cocinero en la capital de España, el "ABC Serrano Pedro Larumbe", "El Plató" y la "Finca del Valle".

Pabellón de España

El Pabellón de España en la Exposición Universal Shanghai 2010 parte de un icono arraigado no sólo en la cultura española sino también en la china: el cesto de mimbre. En línea con la filosofía de Expo 2010 Shanghai, *Mejor ciudad, mejor vida*, el edificio alzará su estructura en torno a una plaza, un espacio articulador que, abriendo paso a grandes patios a la manera de cestos, permitirán un tránsito fácil y fluido entre interior y exterior, y entre los distintos espacios que configurarán el pabellón.

La fachada del Pabellón contará con el mimbre como principal elemento de revestimiento, y estará sustentada por un entramado de perfiles tubulares de acero. La estructura de tubos de acero será la que configure el "esqueleto" rígido del pabellón, que será luego revestido con la "piel" de mimbre. La luz penetrará en el interior del pabellón tamizada por las distintas texturas del tejido del mimbre. Los materiales propuestos para la construcción del pabellón son ecológicamente sostenibles y el sistema constructivo elegido permitirá el desmontaje del edificio y el posterior reciclaje de los materiales. Si bien en este sentido, España tiene previsto que el pabellón tenga permanencia en la ciudad de Shanghai, pudiendo ser sede, tras la Expo, de organismos españoles.



Pedro Larumbe

La Sociedad Estatal para Exposiciones Internacionales (SEEI) adjudicó la dirección gastronómica de la restauración del Pabellón de España en Expo Shanghai 2010 al cocinero navarro afincado en Madrid Pedro Larumbe. La elección se hizo mediante un concurso restringido en el que participaron los más prestigiosos restaurantes y cocineros del país y en el se valoró no sólo la calidad de cada propuesta gastronómica sino también su afinidad con el lema del pabellón (De la ciudad de nuestros padres a la ciudad de nuestros hijos) y con su recorrido expositivo (De lo inmemorial a lo futuro).

Durante los seis meses que dure la Expo, Larumbe se encargará de dar de comer a los visitantes desde las nueve y media de la mañana hasta las diez y media de la noche, ininterrumpidamente, y de atender a las delegaciones españolas, incluidas las Comunidades Autónomas, y extranjeras participantes en Expo Shanghai 2010. Para responder a esta demanda, contará con un equipo de 150 profesionales y con la experiencia y el buen hacer que han hecho de él una de las figuras más destacadas de la alta cocina en nuestro país.





Eduardo Sanjuán • Jefe de Relaciones Públicas de Hijos de Rivera

“Una de mis mayores satisfacciones es haber conseguido que tantas personas pasen del desconocimiento a la fidelidad absoluta a nuestra cerveza”

Su vinculación con la compañía viene de muy lejos, ¿cómo lo recuerda?

Más allá de mi trayectoria profesional dentro de Hijos de Rivera, lo cierto es que mis primeros recuerdos están asociados a mi infancia. Yo nací a sólo 50 metros de la antigua fábrica de Estrella Galicia en Cuatro Caminos y me acuerdo perfectamente de que, cuando había alguna celebración en casa, mi madre me enviaba con una jarra de dos litros al antigua merendero anexo a la fábrica para comprar cerveza fresca.

Y años más tarde llega su aterrizaje profesional en Hijos de Rivera, ¿cómo se ha desarrollado?

Entré en Hijos de Rivera en abril de 1988 como Delegado Comercial de la zona de Ferrol y me mantuve en ese puesto hasta finales de los 90 cuando regresé a La Coruña para desempeñar diversas funciones del área Logística. Y poco después me hice cargo del área de Relaciones Públicas de la compañía, hasta hoy.

En más de 20 años de carrera en la empresa, ¿qué momento destacaría como el más emotivo?

Sin duda ese momento se produjo cuando cumplí 65 años y la compañía me propuso seguir al frente de mi labor. La confianza depositada en mí a lo largo de los años y muy especialmente en ese punto de mi carrera supuso un reconocimiento y un gran honor para mí, a la vez que un enorme aliciente y responsabilidad a la hora de seguir trabajando.

Como testigo de excepción de la evolución de la compañía en los últimos años, ¿qué es lo que más le ha llamado la atención?

Principalmente destacaría en equilibrio y la inteligencia con la que se ha producido una evolución que ha implicado un enorme crecimiento tanto humano como tecnológico, pero que ha sabido conservar los valores fundamentales de la compañía.

Desde su punto de vista en el trato con los clientes, ¿cuáles son los principales valores que se asocian a Hijos de Rivera?

Nuestra principal bandera es siempre la calidad de nuestros productos, un valor básico que la compañía prioriza por encima de todo y que los clientes saben apreciar y así nos lo transmiten. También creo que valoran muy especialmente el trato humano y cercano que una empresa familiar y centenaria como la nuestra se esfuerza por proporcionar a todos y cada uno de ellos. La excelencia en la atención a nuestros clientes es un reto diario y constante. Y no quiero olvidarme de otro de nuestros principales valores, la flexibilidad y la capacidad de adaptarnos al mercado a través de la innovación, una herramienta que nos permite dar respuesta rápidamente a las necesidades de nuestros clientes.

Usted ha viajado por medio mundo dando a conocer la compañía y sus productos, ¿qué percepción obtiene de esa experiencia?

Lo cierto es que siempre hemos tenido una acogida extraordinaria. En lugares en los que éramos unos completos desconocidos, hemos obtenido una respuesta espontánea tremendamente positiva tras probar nuestros productos. Una de mis mayores satisfacciones es haber conseguido que tantas personas pasen del desconocimiento a la fidelidad absoluta a nuestra cerveza. La clave está siempre en que prueben el producto porque no conozco a nadie que después de hacerlo no lo valore positivamente. Yo he ejercido como simple canal para acercar a los clientes un producto diferente y de altísima calidad.

A lo largo de esta extensa trayectoria, supongo que habrá vivido todo tipo de anécdotas.

Las anécdotas y momentos especiales son innumerables, pero si tengo que resaltar alguno en concreto quizá sea un episodio que viví en una feria en México, Expogalicia, hace ya muchos años. Recuerdo que se acercó a nuestro stand un señor de unos 90 años, acompañado por sus nietos ya mayores, y se puso a llorar abrazándome. Me contó que era originario de Vigo y que llevaba más de 50 años sin probar una Estrella Galicia, el tiempo que llevaba emigrado. Ese día fue impresionante para mí, terminamos todos llorando en el stand.

muy personal

Edad: 68

Estado civil: casado, y bien casado

Una comida: tortilla Sanjuán

Una bebida: cerveza Estrella Galicia Especial

Aficiones: los deportes y trabajar y disfrutar en el campo

Ciudad favorita: A Coruña

Un libro: el que estoy iniciando yo mismo

Una película: *Torrejón City* de León Klimovsky

Una canción: *Un puño de tierra* de Los Tigres del Norte

Un momento: no hay un momento, hay una suma de momentos

Un reto: cumplir con mi deber

No soporta: la envidia

Una disculpa: no uso

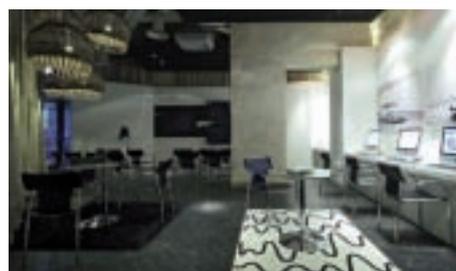


EME Cathedral Hotel

Cartel de lujo para el EME Cathedral Hotel de Sevilla con la incorporación a su restaurante de Martín Berasategui que dirigirá la nueva etapa del área gastronómica, *Santo Restaurante by Berasategui*, a partir de ahora un punto de encuentro imprescindible para los amantes de la cocina en la ciudad hispalense. El chef español más premiado por la Guía Michelin estará acompañado en su nuevo proyecto en Sevilla por el agua mineral Cabreiroá y las cervezas Estrella Galicia Especial y 1906 Reserva Especial.



EME Cathedral Hotel es vanguardia y lujo urbano, decorado con un ambiente de diseño muy acogedor. Situado en pleno corazón de Sevilla, frente a la Catedral y la Giralda, cuenta con 60 habitaciones y un singular complejo gastronómico con 4 restaurantes, bar de copas, Spa, terrazas panorámicas, piscinas, wellness y espacios flexibles y versátiles.



“Mejor Spa-Clinic del Mundo”

Los huéspedes del ganador del premio al “Mejor Spa Clinic del Mundo” y el “Mejor Spa de España 2009” pueden disfrutar de las espectaculares instalaciones al tiempo que se toman una caña de Estrella Galicia o 1906 Reserva Especial o acompañan sus tratamientos con Cabreiroá Agua Mineral Natural o Cabreiroá Única.

Se trata del Hotel Sha Wellness Clinic ubicado en la localidad de El Albir (Alfaz del Pi, Alicante) que se ha convertido en un centro de lujo con fama internacional tanto por la calidad de sus tratamientos médicos como por plácido entorno y su excelente servicio personalizado. Como el mismo hotel se define, “un paraíso al servicio de su salud y bienestar”.

Además, el propio Spa es un centro de referencia de organización de eventos del más alto nivel como la próxima convención de moda, a la que acudirán más de 200 top-models de todo el mundo o un encuentro de los mejores cocineros del mundo encabezados por el propio Ferrán Adriá.



Bazar de la OTAN



El tinto de verano Lerele llenó de lunares y color el Bazar benéfico que anualmente celebran los oficiales de la OTAN y sus familias en Bruselas. En esta ocasión, la delegación española corría a cargo de la organización del evento y se esforzaron por obtener una representación de calidad de los mejores productos del país. De este modo, la sangría Lerele aterrizó en Bruselas a bordo de un avión militar, convirtiéndose en la bebida emblema del stand español.



La organización del Bazar hizo un balance tremendamente positivo del desarrollo del evento, a través del que se recaudan fondos para diversas causas sociales. En su informe subrayaron especialmente el éxito de ventas obtenido por la sangría Lerele que, a día de hoy, ya está presente en casi todos los hogares de los oficiales de la OTAN.

Toro Loco en Sidney

A principios de este año, el cocinero español Miguel Maestre abrió las puertas de su nuevo restaurante en la ciudad australiana de Sidney acompañado por nuestra cerveza Estrella Galicia. Conceptos típicos de España como el flamenco o los toros se dan la mano en el local con elaboradas tapas y raciones acorde con la personalidad del chef. Este es sólo el primer local de lo que en el futuro será una cadena de restaurantes en el país.

Miguel Maestre es toda una estrella en Australia gracias a su exitoso programa de televisión y su enorme reclamo para los medios de comunicación. Su pasión y entusiasmo por la cocina se refleja en sus propuestas que en muchas ocasiones incorporan ingredientes españoles a recetas típicamente australianas.



República Checa

El Centro de Exhibiciones de la ciudad checa de Brno acogió a principios del mes de marzo la Feria Salima a la que acuden productores y expertos del mundo de la alimentación y tecnologías de los alimentos de todo el mundo. Estrella Galicia y Cabreiroá contaron con un espacio destacado en el marco de la participación de España en el evento.

Salima consta de 4 ferias comerciales, el MBK, INTECO, VINEX y Embax. Los visitantes tuvieron la oportunidad de conocer lo último en productos para la nutrición moderna y saludable, las nuevas tendencias en la producción de alimentos y bebidas y sus estrechos vínculos con un estilo de vida saludable, además de alimentos de lujo como el vino y el chocolate.





Maeloc, *Cool Tradition*



Sale al mercado un nuevo concepto de sidra, una sidra seca diseñada para consumir de un modo diferente, con mucho hielo

Maeloc simboliza el arraigo de la cultura de la sidra y el cultivo de la manzana en nuestra tierra, su origen celta. Partiendo de esta base, da un giro completo a la tradición y la reinventa, presentando un producto clásico como la sidra bajo una nueva perspectiva y proponiendo una nueva fórmula de consumo, con mucho hielo.

La sidra seca Maeloc llega a los consumidores con vocación de establecer su propia identidad y despertar nuevas sensaciones. Su valor de combinar la tradición con la novedad, convierte a este producto en especial, idóneo para su consumo en el tiempo de ocio, de día o de noche. Es esta libertad y creatividad que promueve la que está detrás del lema de Maeloc: *Renueva tus Tradiciones*.

Este producto se presenta en botella de aluminio de 33 cl. con tapón maxi-crown. Cubierto con un sleeve transparente, un atractivo diseño evoca tradición revisada bajo un nuevo prisma, nuevas sensaciones. ¿Te atreves?





Como quieras
ColaCao[®]

...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.



www.comoquierascalacao.com

EL ÉXITO ESTÁ SERVIDO



La mejor forma de afrontar el temporal



Día de lluvias torrenciales en Santiago que no dan tregua y provocan unas ganas tremendas de recogerse en casa bajo manta y no asomar la nariz a la calle hasta nueva orden. Pero seguimos en la carretera y la perspectiva de una buena comida parece un remedio infalible para soportar el temporal.

Con esta intención me acerco hasta el Concello de Oroso, al lado de la antigua estación de tren. Allí se encuentra La Cantina, un establecimiento agradable y familiar, con una larga tradición en la zona y que se ha convertido en parada obligada para la gente de la comarca así como para aquellos visitantes de fuera que no se quieren perder la esencia de su cocina.

Su especialidad: las truchas. Eso sí, está garantizado que son de piscifactoría desde que hace 16 años se estableció la veda de su pesca en el río. El comentario generalizado de los comensales es que cualquiera lo diría, en vista del éxito que ha alcanzado este restaurante gracias a lo sabroso de sus platos.

Hablo con la propietaria de La Cantina, M^a Esther Bermúdez, que me cuenta que el verdadero mérito está en el trabajo de sus padres, que gestionaron la cantina de la estación de tren de Oroso durante muchos años, posteriormente trasladada a sus inmediaciones en el nuevo local. Hoy pueden verse las vías de un tren que

ya no para en esta estación desde las ventanas del restaurante, como símbolo de un trajín de viajeros que ha quedado atrás.

Tras la jubilación de su madre, Dosinda, M^a Esther se responsabilizó del establecimiento siempre al mando de los fogones y en colaboración con su hija María, que estudiando hostelería se sumó al negocio familiar, y su cuñado Alfonso. Todos ellos forman un tandem perfecto al frente de La Cantina.

Me cuenta M^a Esther que su plato estrella siguen siendo las truchas, que exigen un esfuerzo en su preparación mayor desde que provienen de piscifactoría. Afirma que no hay muchos secretos para llevar este manjar al plato pero que entre los básicos está el cocinarlas en aceite de oliva muy caliente, evitando que se encharque. El toque de la casa viene dado por el relleno de jamón que aporta un plus de sabor a un plato que no por sencillo deja de estar delicioso. El tiempo justo en la sartén y llegan a la mesa unas truchas exquisitas, crujientes por fuera y tiernas por dentro.

Nada mejor que dejarse llevar por la gastronomía tradicional para afrontar el temporal con una sonrisa. Así lo entienden todos los que a diario se acercan a La Cantina de Oroso para disfrutar de su cocina y repiten. A ellos me sumo.

La Cantina

M^a Esther Bermúdez Varela y su familia
Estación de Oroso (Concello de Oroso)



chamando a móbiles dende o teu fixo R
podes aforrar máis de 100 € ao mes



cámbiache o conto

infórmate gratis no **1445** ou en **mundo-R.com**

R

chamadas a móbiles gratis inclúen 600 minutos ao mes: 300 minutos a móbiles R e 300 minutos ao resto de operadores nacionais en combo2 e comboR, e 300 minutos a móbiles R no resto de combos. non aplicable en desvíos + excesos segundo tarifas viventes

Cerveza en Loor de Santidad

Por José Luis Olmedo

Fue hace 1.300 años cuando un monje andariego y erudito, Benoit de Nursie, encabezó un movimiento de reforma de la vida católica. Sus discípulos, los benedictinos, que erigieron monasterios por toda Europa, siguen las reglas dictadas por San Benito: ocho horas de oración, ocho horas de descanso y ocho horas de trabajo; y algunos de ellos eligieron dedicar el esfuerzo laboral a la elaboración de cerveza. Fue tal su importancia que en al menos dos concilios posteriores, Aquisgrán y Treveris, se reglamentó tanto la producción de cerveza, prohibiendo la mezcla con vino, y limitando su consumo a los días de fiesta.

Durante la Edad Media, las grandes abadías y monasterios fueron los centros donde se recogieron saberes antiguos y se iniciaron todo tipo de investigaciones. Los monjes se aproximaron a la cerveza desde un punto de vista científico, experimentaron con nuevas técnicas e ingredientes, recogiendo por escrito los resultados. Así descubrieron las propiedades del lúpulo como generador de amargor y sobre todo como conservante. La abadesa benedictina Hildegard von Bingen (1098-1179) escribió en su "Physica Sacra" las magníficas propiedades del lúpulo en la cerveza. Esta monja, médica y científica, que consumía regularmente cerveza, llegó a vivir hasta los 81 años,

edad increíble para aquel tiempo, por lo que no es casual que muchos viesen su longevidad como una consecuencia de su dedicación a la cerveza.

En el siglo XII inventaron una receta para la elaboración de cerveza que, mantenida celosamente en secreto desde entonces continúan aplicando a día de hoy y que se conocía como "cerevisia monacorum".

Los monjes de estas abadías tan especiales fabrican una de las cervezas más apreciadas en todo el mundo, la denominada *trappist*, una reliquia de tiempos remotos, densa de sabor y especialmente adecuada para tomar en las comidas o como copa. La normativa establece para ello tres condiciones: que se elabore dentro del recinto monacal, que esté supervisada su fabricación directamente por los frailes y que una parte de los beneficios se destinen a causas sociales.

Dada la excelente reputación de estas cervezas, nació una abundante gama de imitaciones y los monjes se vieron obligados a protegerse. Se denomina por lo tanto *trapense* la cerveza fabricada por monjes cistercienses y no la cerveza de estilo trapense, que será mejor denominada *cerveza de abadía*.

A partir del s.XI se han encontrado referencias que la cerveza se usaba como complemento alimenticio en albergues y hospitales para la recuperación nutritiva de peregrinos y enfermos. En esta época llegó a fabricarse cerveza en unos 500 claustros repartidos por toda Europa. Bebida alimenticia y vigorizante, la cerveza resultaba ideal para el reposo de los fieles. Su calidad y su originalidad garantizaban a la abadía una fama propicia al cumplimiento de su más alto propósito: el desarrollo de la fe.

Del s.XII en adelante los cerveceros de oficio han suplantado definitivamente a los monjes. Los imperativos de la competencia han mejorado de modo considerable las cervezas "laicas". En Alemania, Suiza y Países Bajos, la Reforma pone en cuestión la existencia misma de los monasterios. Los impuestos que los gobernantes descargan sobre la producción, sea laica o monacal, castigan duramente a los monasterios, que no están en condiciones de producir gratuitamente. La cerveza, provisionalmente, será desplazada a un segundo puesto, en beneficio del vino.

Una breve aproximación técnica

Técnicamente, las trapenses son cervezas de fermentación alta, elaboradas con agua obtenida en el lugar de la fabricación y no tratada. Suele utilizar entre sus maltas una proporción de malta más tostada que da consistencia al gusto y refuerza el color. La bebida se lupuliza fuertemente con variedades de primera clase, y el hecho de que el mosto se caliente en calderas de fuego directo le otorga un aroma de lo más particular. La fermentación dura de cinco a siete días. En el momento de pasar a las botellas, la cerveza contiene una cierta cantidad de azúcar y el fabricante inyecta en cada botella una dosis de levadura para que se produzca una segunda fermentación en la botella.

Tienen un elevado contenido alcohólico, entre 5 y 11 %, son muy afrutadas y pueden llevar cierto poso a causa del residuo de levaduras, lo que hace necesario conservar las botellas en vertical y servir la cerveza con mucha suavidad; algunos consumidores beberán ese fondo de levadura, disuelto en una pequeña cantidad de cerveza.

Las peculiaridades de las *trappist* hacen ser muy apreciadas por los degustadores cerveceros, siempre a la caza de circunstancias curiosas y sorprendentes. En Chimay, la abadía más grande de Bélgica, se elabora siguiendo el mismo proceso desde hace años. Las bebidas de Chimay tienen añadas y envejecen lentamente en la oscuridad de barricas de roble. La gran reserva sale con seis años, bastantes grados y un bouquet muy peculiar.

Los monjes de Chimay comenzaron a producir cerveza en 1861 y fueron los primeros en introducir la denominación *trappist*. Una Chimay se puede degustar en cualquier lugar del mundo, pero quien pretenda beberse una St. Sixtus no tendrá más remedio que acercarse a la abadía ubicada en Westvleteren, Bélgica, indicando previamente en el "beerphone" la matrícula del vehículo que irá a recoger las dos únicas cajas, de entre los tres tipos que venden, por vehículo, para evitar la reventa de las mismas. Los monjes únicamente la sirven en unas habitaciones anexas al monasterio y resulta delicioso conversar con ellos acerca de las características de tan singular líquido. Esta cerveza fabricada en la abadía desde 1831, tiene una segunda fermentación en botella, e incluso una tercera y, alcanza los diez grados de alcohol, el doble de una cerveza normal.



Riesgo cardiovascular, un factor evitable



Las enfermedades cardiovasculares (infarto agudo de miocardio, angina de pecho y accidente vascular cerebral) constituyen unas de la primeras causas de mortalidad en España, concretamente suponen el 33% de los fallecimientos que se registran en nuestro país. Cada 20 minutos se produce una parada cardiaca, lo que provoca cuatro veces más muertes que los accidentes de tráfico, más de 125.000 personas al año. Además se calcula que cada año unos 70.000 españoles sufren un infarto de miocardio y que más del 30% fallecen antes de alcanzar atención hospitalaria.

Los factores de riesgo que causan las enfermedades cardiovasculares son conocidos y se pueden dividir en dos grupos:

Factores de riesgo no modificables	<ul style="list-style-type: none">● Edad● Sexo● Genética
Factores de riesgo modificables	<ul style="list-style-type: none">● Tensión arterial● Colesterol● Tabaquismo● Sedentarismo● Obesidad● Diabetes

Los factores de riesgo modificables pueden serlo por medio de la adopción de hábitos saludables, conductas que se relacionan con una menor probabilidad de enfermar, mayor longevidad y mayor calidad de vida, y/o por el tratamiento farmacológico, aunque en muchos casos modificando los hábitos no es necesario el tratamiento farmacológico.

Todos estos factores han de ser abordados desde un punto de vista preventivo integral. La probabilidad de sufrir una enfermedad cardiovascular va aumentando a medida que sumamos factores de riesgo, no tiene el mismo riesgo una persona que solo tiene alterada la tensión arterial que otra que, además, sea fumadora y tenga niveles altos de colesterol. La mayoría de

nosotros tenemos varios factores de riesgo con niveles discretos, que no causan ninguna alteración, se diría que estamos sanos. Sin embargo, su asociación puede provocar la aparición de enfermedades cardiovasculares. Estas personas pasan desapercibidas y no son objeto de control ni de medidas preventivas hasta que se valoran los factores de riesgo de forma conjunta. En este sentido, existen estudios que demuestran que en nuestro entorno el 33,1% de los hombres y el 31,6% de las mujeres, tienen como mínimo dos factores de riesgo modificables.

Prevención en el entorno laboral

Muchos expertos coinciden en que el acceso de la población trabajadora a los sistemas preventivos de las enfermedades cardiovasculares es restringido dada la escasa afluencia a los servicios públicos o privados de salud. Por ello, el entorno laboral adquiere una importancia fundamental como espacio estratégico para la práctica de la prevención cardiovascular.

En el ámbito laboral las lesiones cardiovasculares son la segunda causa de muerte en accidente de trabajo, representando en el 2008 el 34,6% del total. Durante el 2008 los accidentes en jornada de trabajo con baja a nivel general descienden respecto al 2007 un 12,9%, sin embargo se observa que los accidentes de origen cardiovascular aumentan un 14,1%.

Campaña cardiovascular en Hijos de Rivera

En Hijos de Rivera, somos conscientes de que es posible actuar contra todos los factores modificables que provocan el riesgo cardiovascular y por ello se ha puesto en marcha una campaña que pretende sensibilizar sobre la relevancia de estas dolencias, los factores de riesgo que las producen, y de los hábitos saludables para la prevención.

Los objetivos serán:

- Mejorar la salud y bienestar a través de hábitos saludables.
- Ayudar a corregir aquellos factores de riesgo, que favorecen el desarrollo de estas dolencias.
- Valorar el riesgo de padecer una enfermedad cardiovascular en los próximos años.

Las actuaciones previstas a desarrollar a lo largo de este año para lograrlos:

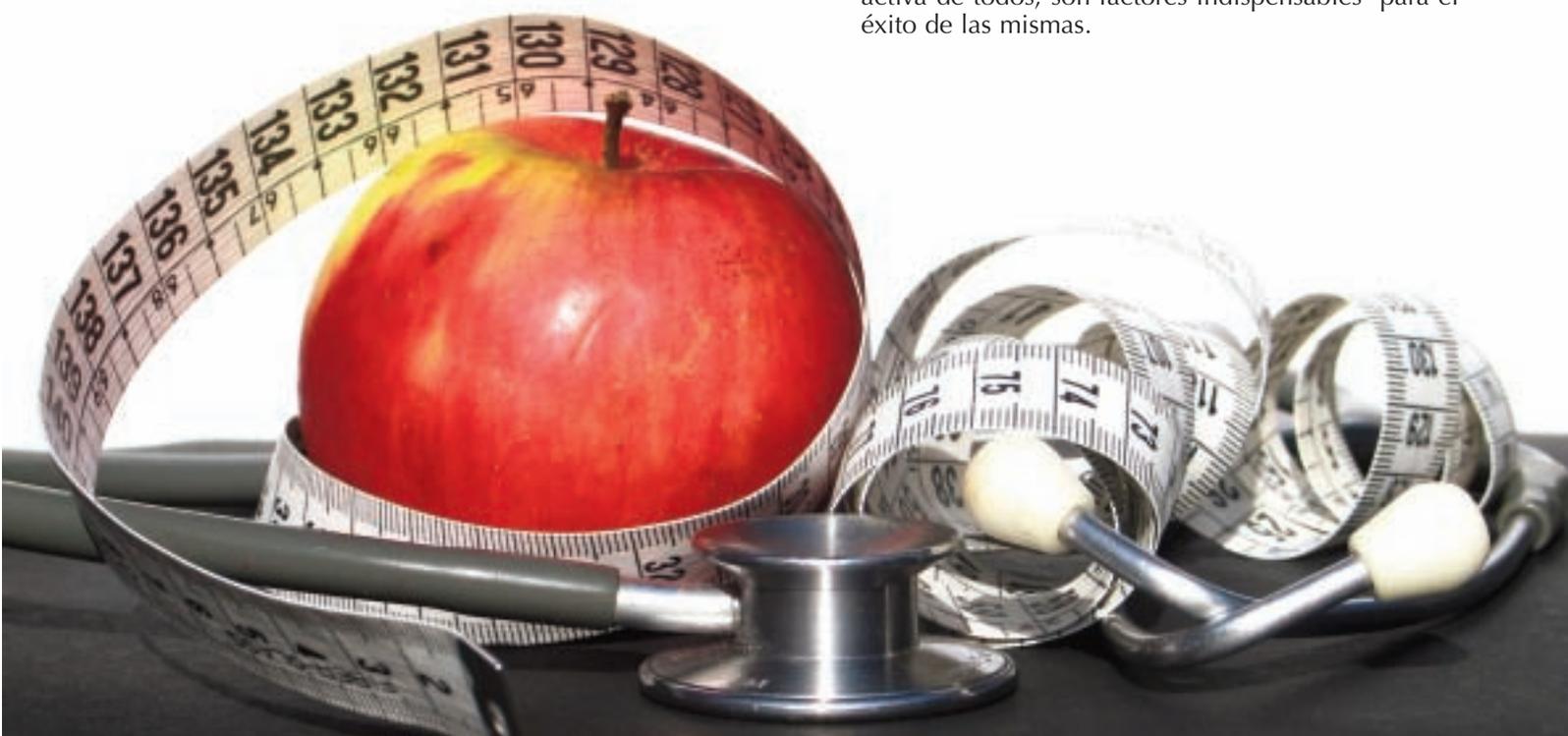
JORNADAS DE FORMACIÓN Y DIVULGACIÓN DE CONDUCTAS SALUDABLES PARA LA PREVENCIÓN DEL RIESGO CARDIOVASCULAR.

ASESORAMIENTO MÉDICO DESDE EL SERVICIO DE VIGILANCIA DE LA SALUD, PARA LA PREVENCIÓN DE DOLENCIAS DE TIPO CARDIOVASCULAR.

ANÁLISIS PERSONALIZADO Y SEGUIMIENTO DEL RIESGO CARDIOVASCULAR.

SEMANA DE LA SALUD CON ACTUACIONES DIRIGIDAS A LA SENSIBILIZACIÓN PARA LA MEJORA DE LA SALUD Y BIENESTAR A TRAVÉS DE HÁBITOS SALUDABLES.

El conjunto de actividades a desarrollar para la consecución de los objetivos previstos, se organizan de forma coordinada en colaboración con los Servicios de Prevención y Servicios médicos para conseguir la máxima efectividad. Esto, junto con la participación activa de todos, son factores indispensables para el éxito de las mismas.





serviguide

consultoría innovación externalización

*Realmente,
¿puede mi empresa asumir gastos de I+D+i? pero,
si no innovo, ¿como puedo anticiparme
a la competencia?*

Serviguide, más de 10 años gestionando la I+D+i

España: Galicia (A Coruña, Lugo, Ourense, Santiago, Vigo) - Madrid

Internacional: Serviguide México - Serviguide Uruguay

www.serviguide.com



Pedro Larumbe

Pedro Larumbe comenzó su andadura profesional en su Navarra natal cuando sólo tenía 16 años y pronto se sintió atrapado por la alquimia de los fogones. Fue jefe de cocina en el restaurante La Sardina de Santander y, posteriormente, de El Molino, en la misma ciudad. En 1981 se trasladó a Madrid para ser jefe de cocina del mítico restaurante Cabo Mayor, desde donde en la década de los 80 capitaneó uno de los más señalados impulsos de la gastronomía española. Aquí, influenciado por las virtudes de la cocina cántabra evolucionada, desarrolló una cocina de propio cuño, original y creativa pero fiel a las raíces de la tradición gastronómica española, a través de platos brillantemente rematados, protagonizados por el pescado y las verduras principalmente y coronados por salsas muy delicadas, un estilo que le valió en 1984 la obtención del Premio Nacional de Gastronomía.

En 1996 Larumbe se independizó y abrió su propio restaurante en el histórico edificio del Centro Comercial ABC Serrano donde elabora una cocina más actual, ejecutada con brillantes dosis de imaginación, con recetas sencillas y limpias, pero siempre partiendo de un recetario muy tradicional de influencia navarra y alimentada por un producto estacional de la máxima calidad. Su elección como representante de la cocina española en la Expo de Shanghai, supone el reconocimiento definitivo a su brillante trayectoria y a la autenticidad de su cocina. En palabras del chef, dar a conocer la diversidad gastronómica de España ante el mundo supone "un gran honor y un importante reto profesional". Hijos de Rivera le acompañará en este proyecto que supone una importantísima plataforma de exposición a nivel mundial.

Equipo ciclista Froiz Cabreiroá

El equipo ciclista Froiz Cabreiroá ha comenzado la temporada como líder en su categoría tras imponerse en el Trofeo Guerrita, primera prueba de la Copa de España.

La primera vuelta por etapas será la Volta a Galicia que comenzará el 14 de abril y concluirá el 18 en Santiago de Compostela.

Esta temporada, Cabreiroá se ha incorporado como patrocinador a este proyecto que ha configurado una de las mejores plantillas de su historia, una historia plagada de esfuerzo y muchos triunfos.



Cabreiroá está presente en toda la equipación de esta temporada

Evaristo Portela, director del Grupo Deportivo, reconoció que “estamos muy ilusionados porque creo que tenemos un buen equipo. Hay corredores con ambición y ganas de triunfar. Es posible que seamos el equipo a batir, pero no podemos perder la humildad. Debemos tener los pies en el suelo y ser prudentes”.

El equipo mantiene a los que fueron sus corredores importantes la pasada temporada y ha repescado del campo profesional a ciclistas como Raúl García de Mateos, Ángel Vallejo o el portugués Virgilio Neves. Ocho corredores han sido profesionales en algún momento de los dos últimos años.



Liga de Fútbol Indoor

El Deportivo de veteranos presentó su nueva equipación para esta temporada aprovechando una visita de Djalminha a la ciudad herculina con motivo del enfrentamiento contra el Real Madrid.

El retorno de Djalminha despertó un gran interés en los medios de comunicación de A Coruña, que acudieron masivamente a la presentación. El brasileño, ídolo de la afición deportivista se mostró encantado de estar de vuelta y aseguró que su juego no ha cambiado, dispuesto a colaborar en lo que después fue una gran victoria sobre el equipo madrileño.

Estrella Galicia vuelve a ser partícipe un año más de la Liga de Fútbol Indoor, apoyando al conjunto de la competición y especialmente al equipo coruñés, que ha resuelto con éxito las temporadas anteriores.



Desafío Extremo

Estrella Galicia no deja de sorprendernos y sube a lo más alto de la mano del equipo de Desafío Extremo, el programa de televisión más arriesgado de Cuatro. Nuestro compañero Manuel Caballero, Delegado de Hijos de Rivera en León y Asturias, ha acompañado a Jesús Calleja en sus expediciones por medio mundo desde hace más de 20 años. Las cumbres del Tibet, el Atlas marroquí, el Aconcagua en Argentina, los Alpes o el Himalaya son sólo algunos de los retos que han superado con éxito.



Estrella Galicia ha escalado las más altas cumbres de la mano de nuestro compañero Manuel Caballero y el equipo de Desafío Extremo



En los últimos años, las expediciones de Jesús Calleja se han convertido en el contenido de uno de los programas de más audiencia de la cadena y Estrella Galicia ha cruzado medio mundo de la mano de Manuel Caballero en dos de las expediciones más recientes. Por un lado, la ascensión de la montaña más alta de Europa, Monte Elbrus, de 5642 metros, situada en la Cordillera del Cáucaso, frontera entre Rusia y Georgia. Y más recientemente en la travesía por el Reino del Dolpo en el Himalaya, una travesía de casi 300 km a través de una de las zona más aisladas y remotas del Himalaya, a la que sólo se puede acceder unos pocos meses al año en que la nieve desaparece de los accesos de más de 5000 metros. Además, la expedición ascendió un pico de 6025 metros al que probablemente no haya subido nadie en la historia, por lo que está en trámites de llamarse Pico Cuatro.

Seguimos ascendiendo.

Nupel Rally Team



Comienza la temporada 2010 del Campeonato de España de Rallyes de Asfalto y el Nupel Team calienta motores con el objetivo de revalidar el título obtenido por Sergio y Diego Vallejo el pasado año. Al volante de un Ford Fiesta S2000, el equipo, dirigido por Luis Moya espera continuar con su excelente trayectoria deportiva que tiene su siguiente peldaño en la participación en el Campeonato del Mundo de la especialidad.

Nupel Global Racing

Tras varias temporadas con el proyecto del Nupel Rally Team en los Campeonatos de España de Tierra y Asfalto, el equipo se dio cuenta que había llegado el momento de ampliar horizontes y buscar nuevos objetivos. Así se formuló el concepto Nupel Global Racing, que engloba el conjunto de actividades relacionadas con el automovilismo y que, al mismo tiempo, sirve como denominación del órgano directivo de la nueva estructura.



El Nupel Global Racing gestiona, dirige y coordina las dos áreas fundamentales del proyecto deportivo, que se denominan respectivamente: Luis Moya Rally School y Nupel Rally Team.

River Estrella Galicia apoya un año más el proyecto ganador del equipo Nupel

Nueva

lata sleek
de 33cl



Una cerveza exclusiva tiene que estar siempre en vanguardia, por eso ahora te presenta el formato más novedoso, el sleek de 33cl. Una lata más estilizada, más elegante y con más imagen en una presentación premium.

te esperamos en www.club1906.es
1906 recomienda el consumo responsable.



XACOBEO 2010
Galicia

1906
AÑO / YEAR
RESERVA
ESPECIAL

SERIE NEGRA de Casa Limón

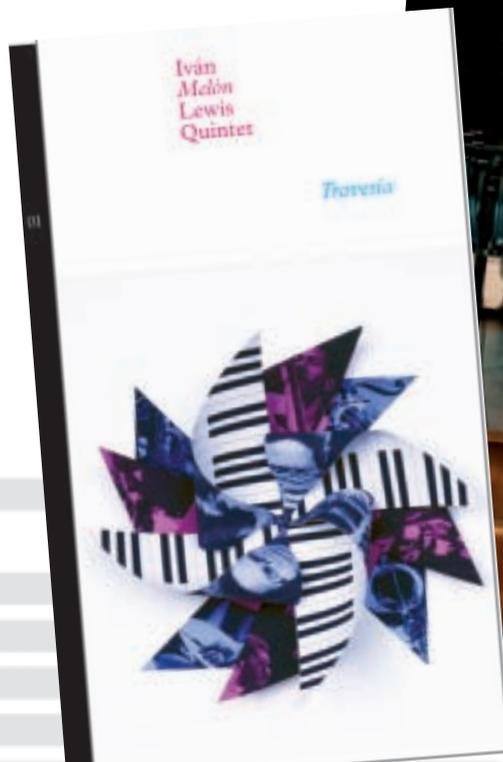


Travesía es el nuevo proyecto de Casa Limón y se editará en breve. Iván "Melón" Lewis es el líder de una banda de primeras espadas dentro del mundo del latin-jazz. La formación del quinteto consta de piano, batería, contrabajo, saxo alto y saxo tenor. Artísticamente es un disco vanguardista y arriesgado lleno de tradición cubana y abstracción jazzística del mejor palo.

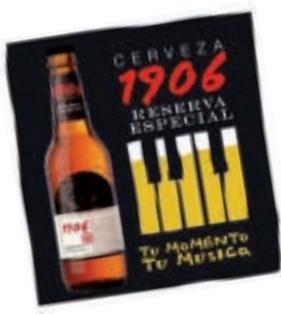
Lo más importante del proyecto es la manera en que ha sido grabado. Por primera vez en años se ha grabado un disco como se grababan hace 50 años, con todos los músicos dentro de la misma sala, sin cascos, sin pistas, sin preproducción, oyéndose de manera natural y creando así un estado emocional que se transmite a través de la grabación. Para crear este momento de magia especial, Casa Limón y 1906 Reserva Especial invitaron a unos 100 amigos que acompañaron al quinteto dentro de la sala de grabación, apoyando con su energía cada nota de los músicos. Además del audio el disco ha sido grabado en imagen, y la misma profundidad que se siente al escucharlo se puede sentir al verlo. Las caras, los gestos, cada detalle ayuda a generar una sensación de involucración total en el concierto. Esta forma de grabar ha sido posible gracias a la colaboración de Casa Limón y 1906 con los estudios CATA, los más avanzados tecnológicamente de Europa, que han participado de manera integral en el proyecto facilitando todo su arsenal técnico. A los mandos de la nave José Luis Crespo, un ingeniero de sonido internacional que ha sabido sacar la máxima calidad sin apenas mostrar un solo micrófono.

El resultado final es la primera grabación de la nueva SERIE NEGRA de Casa Limón. Una serie más "seria" si cabe que la blanca, que incluye el vídeo y que incluso a veces se editará en formato BLU RAY.

Casa Limón y 1906 planean grabar el próximo Junio los dos siguientes conciertos de esta serie, una fiesta gitana en vivo, (algo que nunca se ha grabado en audio y vídeo con la calidad necesaria), y otra locura musical que de momento no puede ser desvelada pero que promete...



Mujeres de mar



Por otro lado Javier Limón prepara el lanzamiento en primavera de un disco internacional. Todas las voces femeninas importantes del mediterráneo juntas en un solo proyecto. El flamenco deja de mirar al jazz y a la música latina por un momento y gira la cabeza para empaparse de Turquía, Grecia, Egipto, Túnez... El disco está apunto de ser mezclado, se editará a la vez en más de 30 países y por lo que se percibe ya en los foros musicales la repercusión en medios internacionales será muy potente. Se harán presentaciones en Madrid, Lisboa, Estambul, Atenas... Una apuesta fuerte de Casa Limón y 1906 Reserva Especial para seguir creciendo. El disco solo de féminas será dedicado a todas aquellas mujeres a las que se les prohíbe cantar por motivos religiosos.



“El último trago”

Concha Buika continúa con la gira de su último trabajo “El último trago” por todo el mundo. El público de Francia, México, Chile o Argentina ya se han rendido a sus pies y son muchos los que la esperan con expectación en sus próximos conciertos en lugares tan diversos como Colombia, Túnez, Alemania o Bulgaria.

Las críticas respaldan masivamente el arte que desprende Buika en su disco homenaje a Chavela Vargas, acompañada por el maestro Chucho Valdés. Nombres de referencia como Caetano Veloso ha señalado públicamente a Buika como una de las artistas que más lo conmueven en la escena musical actual.

Además de la gira que la llevará a los escenarios de medio mundo, Concha Buika ha sumado su colaboración a la campaña Tarjeta Roja al Maltrato promovida por el Ministerio de Igualdad en la que han participado numerosas personalidades del mundo de la cultura.

Premios de la Música Maketón Estrella Galicia

Terminamos el año con la celebración de la IX Gala de entrega de los Premios de la Música Maketón Estrella Galicia. Yomelo Montosolo fue el maestro de ceremonias de la Fiesta de la Música viguesa que, presentada por Emma Placer, se desarrolló en el Complejo ETNIAS (Vigo). Más de 600 personas entre público y artistas, grupos y productores invitados asistieron a la gala que abrió el directo de Yomelo Montosolo con un repaso a sus grandes hits.

Ya en el acto de entrega de estatuillas, la primera fue para el productor vigués Gonso Pedrido de Gon&Sound Prods. El premio al mejor disco del año recayó en Cornelius, su "1960" producido por Mick Glossop y los galardonados por su mejor directo fueron Kogito, que no han parado de girar por toda Galicia en 2009.

El premio de la música Maketón Estrella Galicia 2009 a la mejor maketa recaía en los jovencísimo trío Belöp, que se mostraron emocionados e ilusionados con seguir trabajando.

Uno de los momentos álgidos de la noche tuvo lugar en la entrega del galardón a la trayectoria musical que se otorgó a Carlos Núñez. En su discurso de agradecimiento invitó a que en "en estos momentos de crisis, los músicos deben de trabajar en equipo, no ser tan individualistas"

Se cerró el acto de entrega con el Premio Especial 2009 que galardonó a Estrella Galicia por su trayectoria de apoyo a la música.

El fin de fiesta lo puso Kogito con un concierto espectacular que hizo bailar a todos los asistentes en un repaso a todas y cada una de las canciones de su disco de debut titulado "Autómata".



Estrella Galicia recibió el Premio Especial 2009 por su trayectoria de apoyo a la música

XIX Festival de Jazz de Lugo



El pasado mes de noviembre, Lugo se convirtió en la capital del jazz de Galicia. Con el patrocinio de 1906 Reserva Especial, artistas como CMS Trío, Kurt Elling o Kenny Barron Trío fueron los protagonistas del XIX Festival de Jazz de Lugo. Un total de 16 conciertos en tres espacios únicos de la ciudad: el Círculo de las Artes, el Auditorio Caixa Galicia y el Club Clavicémbalo, donde se celebraron tanto actuaciones como diversas jam sessions.



AGENDA MUSICAL

ABRIL 10

SON ESTRELLA GALICIA

AGENDA MUSICAL 2010

A CORUÑA

PLAYA CLUB

SÁBADO 17 a las 00:00h BEAR IN HEAVEN (USA)

SÁBADO 24 a las 00:00h MAGA

FESTIVAL UP

SÁBADO 3 a las 17:00 h
PALEXCO

MARCO CAROLA, HERNAN
CATTANEO, TANIA
VULCANO, MARK
MARZENIT, LUCIO
AQUILINA, GROBAS

JOSELE



SANTIAGO

SALA NASA

DOMINGO 11
JOSELE SANTIAGO
(LOS ENEMIGOS)

VILAGARCÍA DE AROUSA

FESTIVAL DO NORTE

30 DE ABRIL AL 1 DE MAYO

LOS PLANETAS • NADA SURF
• FANFARLO • PETE & THE PIRATES • JJ
• EL GUINCHO • WE ARE STANDARD LA
BIEN QUERIDA • NUDOZURZO • KLAUS
& KINSKI • LOS PUNSETES • EMILIO
JOSÉ • CARRERO BIANCO • HOLA A
TODO EL MUNDO • DJ POLAR • DJ
LAGARTIJA • DJ POTI • CLOVIS DJ'S



La vida mejor con música
y la música...

mejor con **Son Estrella Galicia**



PLAYA CLUB: ANDÉN DE RIAZOR S/N LA CORUÑA



SALA NASA: R/SAN LORENZO,51-53 B SANTIAGO D.C.

www.estrellagalicia.es



Estrella Galicia recomienda el consumo responsable



patrocinador de
Nupei Global Racing
en el Campeonato Mundial de Rallyes
y en el Campeonato de España



SOCIO DE
XACOBEO 2010
Galicia

www.riverestrellagalicia.es



Vieira asada con boletus y crema de patata



Ingredientes: (para 4 personas)

- Vieira: 4 un.
- Boletus edulis: 150 gr.
- Cebolla: 50 gr.
- Aceite de oliva virgen: ½ vaso
- Patata: 150 gr.
- Nata: ½ vaso
- Sal: c.s.
- Perejil: c.s.
- Pimienta blanca: c.s.



Preparación:

Ponemos a cocer las patatas cubiertas de agua, con un poco de sal y aceite de oliva. En cuanto las tengamos cocidas, las trituramos enérgicamente con la nata, un poco de su agua de cocción y lo aromatizamos con el aceite de oliva virgen y una pizca de pimienta blanca. Ha de resultar un puré muy cremoso y de color blanco brillante.

Para los boletus, picamos la cebolla finamente y la ponemos a pochar en aceite de oliva. En cuanto se vuelva transparente, añadimos los boletus cortados en taquitos y los dejamos hacer por espacio de unos 10 minutos a fuego medio. Ponemos a punto de sal.

Las vieiras las limpiamos de barbas y las secamos. Ponemos a punto de sal y las cocinamos en una sartén a fuego bien fuerte, con un chorrito de aceite de oliva, para que se doren por todos lados y conseguir de esta forma un sabor más pronunciado, aunque por dentro deberán resultar jugosas.

Presentación:

Disponemos un poco de la crema de patata en el fondo del plato. Le ponemos las setas salteadas y acabamos montando la vieira encima y aliñando con un poco del aceite que nos queda de preparar los boletus. Ponemos un punto de verde y fresco con el perejil bien picado.

Maridaje:

En esta ocasión, hemos preparado una receta con uno de los ingredientes más típicos y representativos de la cocina gallega como es la vieira, y la hemos acompañado de un ingrediente tan aromático como los boletus edulis, para conseguir un contraste de mar y tierra bien profundo, acompañándolos con un puré de patata que le aportará una textura muy cremosa y un poco más de sabor a Galicia.

La vamos a acompañar en este caso con una cerveza River Estrella Galicia 0,0, que aportará a esta mezcla el punto lupulado y un toque de fresca acidez, consiguiendo un maridaje de contrastes gracioso y con todo el sabor de nuestra tierra y nuestro mar.

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



Negocios o placer ↓



Avda. Primo de Rivera, 3 15006 La Coruña - España

TF

+34 981 189 191

FX

+34 981 247 906

TF

+34 981 900 780

FX

+34 981 900 790

CE

viajesorzan@viajesorzan.com

PW

www.viajesorzan.com



viajes orzán

www.viajesorzan.com

andorra la vella

Situada entre España y Francia, en plena cordillera de los Pirineos, su ubicación no deja duda acerca de la riqueza natural de la capital del Principado de Andorra, cuyos paisajes son un deleite para la vista en cualquier época del año. Sin embargo no es menor su patrimonio cultural e histórico que, sumado a una interminable oferta deportiva y de ocio, hacen de Andorra la Vella el destino turístico por excelencia.



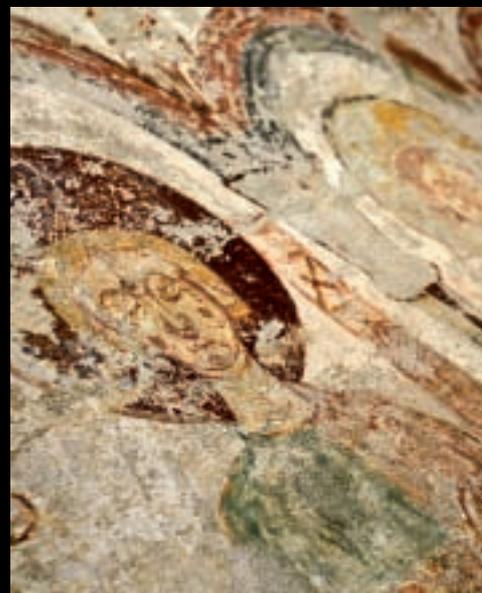
Con una superficie que apenas supera los 460 km², Andorra es uno de los países más pequeños del mundo. Aunque la presencia humana en la zona se remonta a antes de la era cristiana, la primera huella relevante de un asentamiento data del siglo IV d.C. Se trata de una fortificación en el Roc d'Enclar donde, a principios del siglo VIII, se construiría una de las primeras iglesias del país. Unos años después aparece la primera mención escrita en el acta de consagración de la catedral de La Seu d'Ugell. La ciudad es capital desde el establecimiento del Principado en 1278, después de que el Obispado de Urgel y el Condado de Foix decidieran compartir la soberanía de este territorio. Su idioma oficial es el catalán.



◀ **Fascinante entorno** • Emplazada a más de mil metros de altitud, la estratégica situación de Andorra la Vella permite divisar el sugestivo paisaje de la amplia planicie regada por las aguas del río Valira. Ciudad y naturaleza forman un todo indisoluble en el que resalta el magnífico valle de Enclar o el del Madriu-Perafita-Claror, declarado patrimonio mundial por la Unesco. Por ello, este lugar se ha convertido en destino preferente para los amantes del turismo ecológico y, con sus doscientos kilómetros esquiables, en uno de los principales centros deportivos de invierno.



Arte y cultura • Andorra la Vella destaca por la herencia medieval de su patrimonio arquitectónico. En apenas 12 km² se concentran gran cantidad de monumentos en los que predomina el románico y el gótico. Destacan las iglesias de Sant Esteve y de Sant Andreu, ambas del siglo XII, así como la Casa de la Vall (s. XVI), sede del Consell General (el parlamento andorrano). En la parroquia, aunque fuera de la ciudad, se encuentra el castillo e iglesia de Sant Vicenç d'Enclar, un complejo medieval, antiguamente fortificado, que se levantó sobre construcciones romanas entre los siglos VII y VIII.





◀ **Capital de las compras** • Esta estructura urbana medieval contrasta con el cosmopolitismo que caracteriza la vida de la capital y con la modernidad de sus diversos establecimientos comerciales. Debido a la posibilidad de comprar artículos libres de impuestos, Andorra tiene una oferta comercial muy superior a la habitual en una ciudad de su tamaño, sobre todo en los productos más solicitados por los turistas (artículos de lujo, moda de marcas, perfumes, electrónica, tabaco, etc). No es extraño, por tanto, que el comercio sea una de las principales fuentes de ingresos del país.

Turismo termal • Para completar su amplia oferta, Andorra ha desarrollado el turismo termal, convirtiéndose en uno de los centros balnearios más grandes de Europa. Sus aguas, que surgen de los manantiales de los Pirineos, llevan azufre y son muy beneficiosas para la salud. En la ciudad se congregan numerosos hoteles balnearios y spas, aunque la instalación más conocida es Caldea, el centro termolúdico más importante de Europa. Cuenta con 25.000 m² donde se puede disfrutar de aguas termales, spa y todo tipo de tratamientos para eliminar el estrés y recobrar la salud. ▶



Dormir • Su amplísima oferta hotelera –más de treinta y siete mil plazas en el Principado– permite optar por prácticamente cualquier opción, desde un económico apartamento hasta el más lujoso hotel. Las numerosas posibilidades de ocio permiten disfrutar de la ciudad en cualquier época del año y gozar, a precios asequibles, de servicios extraordinarios como sala fitness, mini-golf, sauna, jacuzzi, tratamientos de belleza, etc.

Comer • La ciudad cuenta con casi ciento cincuenta establecimientos de restauración en los que se puede disfrutar de una gran diversidad que abarca desde las exóticas propuestas internacionales y la gastronomía más creativa hasta la sencilla y deliciosa cocina tradicional del país, basada en la carne de la ganadería local y en los productos propios de la alta montaña. Vinos, foie, jamón ibérico, papas bravas... todo tiene cabida en las cartas y en las tapas y raciones andorranas.

dónde tomarse una estrella



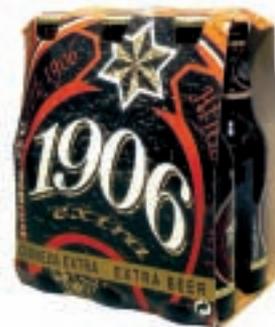
Switch Bar

El Tarter, Andorra

1906 Reserva Especial

En 1993 se promovió el lanzamiento de la cerveza 1906, en conmemoración del año en que se fundó la compañía, una cerveza que se considera “de autor” y que representa la variedad Extra de su gama de cervezas.

En esos años, el sector cervecero español comenzaba a reflejar cierta madurez y estabilización en el consumo y los fabricantes reaccionaron ofreciendo a los consumidores nuevas marcas y variedades alternativas. Por ello, tras realizar un profundo estudio de los cambios experimentados por el mercado entre 1996 y 1997, se asignó un nuevo formato a la cerveza 1906 tanto en etiquetado, con un logrado diseño, como en botella, con un cuello alto estilizado y destinado a un público cada día más exigente.



También en 1993...



1 Checoslovaquia deja de existir tras 74 años de historia y se divide en dos nuevos Estados: República Checa y Eslovaquia.

2 Entra en vigor el Tratado de Maastrich. Constituye un paso crucial en el proceso de integración europeo, pues sobrepasa por primera vez el objetivo económico inicial y se le otorga una vocación de carácter político.

3 El Consejo de Seguridad de las Naciones Unidas crea el Tribunal Penal Internacional para la antigua Yugoslavia.

4 Cae abatido por el la policía colombiana el jefe del Cartel de Medellín, Pablo Escobar.

5 Rusia vive una grave crisis constitucional cuando las fuerzas militares y de seguridad desalojan el Parlamento. El enfrentamiento deja alrededor de 150 muertos.

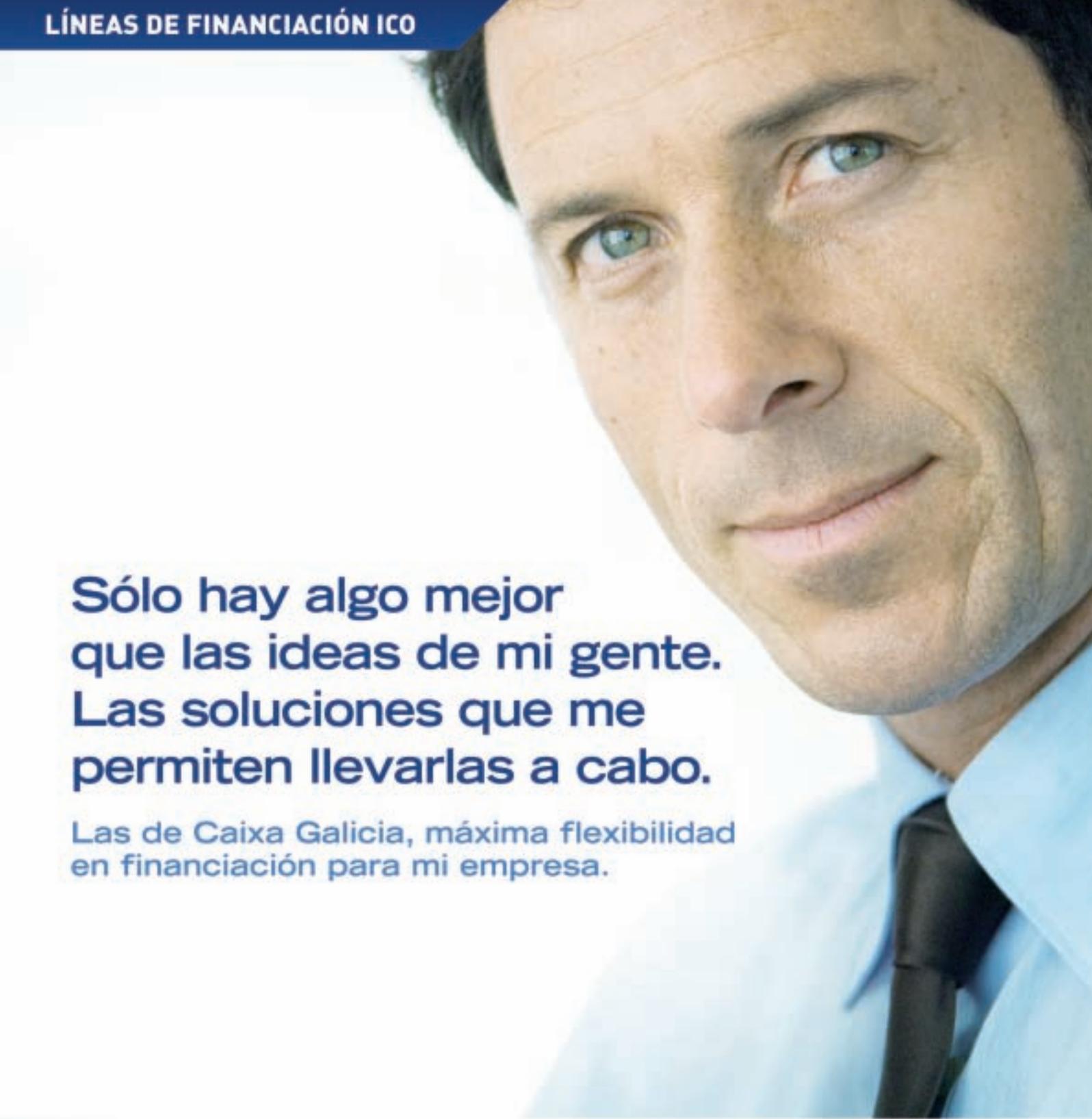
6 La Unesco declara la Ruta Xacobeá Patrimonio de la Humanidad.

7 Se hace público por primera vez un ensayo de clonación humana.

8 Se estrenan *La lista de Schindler* y *Parque Jurásico*, ambas películas dirigidas por Steven Spielberg

9 El Premio Nobel recae en los políticos sudafricanos Nelson Mandela y Frederik Willem de Klerk por sus esfuerzos en para poner fin al régimen del apartheid.

10 Fallece el bailarín ruso Rudolf Nureyev, la actriz belga Audrey Hepburn y el cómico mexicano Mario Moreno, Cantinflas.



**Sólo hay algo mejor
que las ideas de mi gente.
Las soluciones que me
permiten llevarlas a cabo.**

Las de Caixa Galicia, máxima flexibilidad
en financiación para mi empresa.

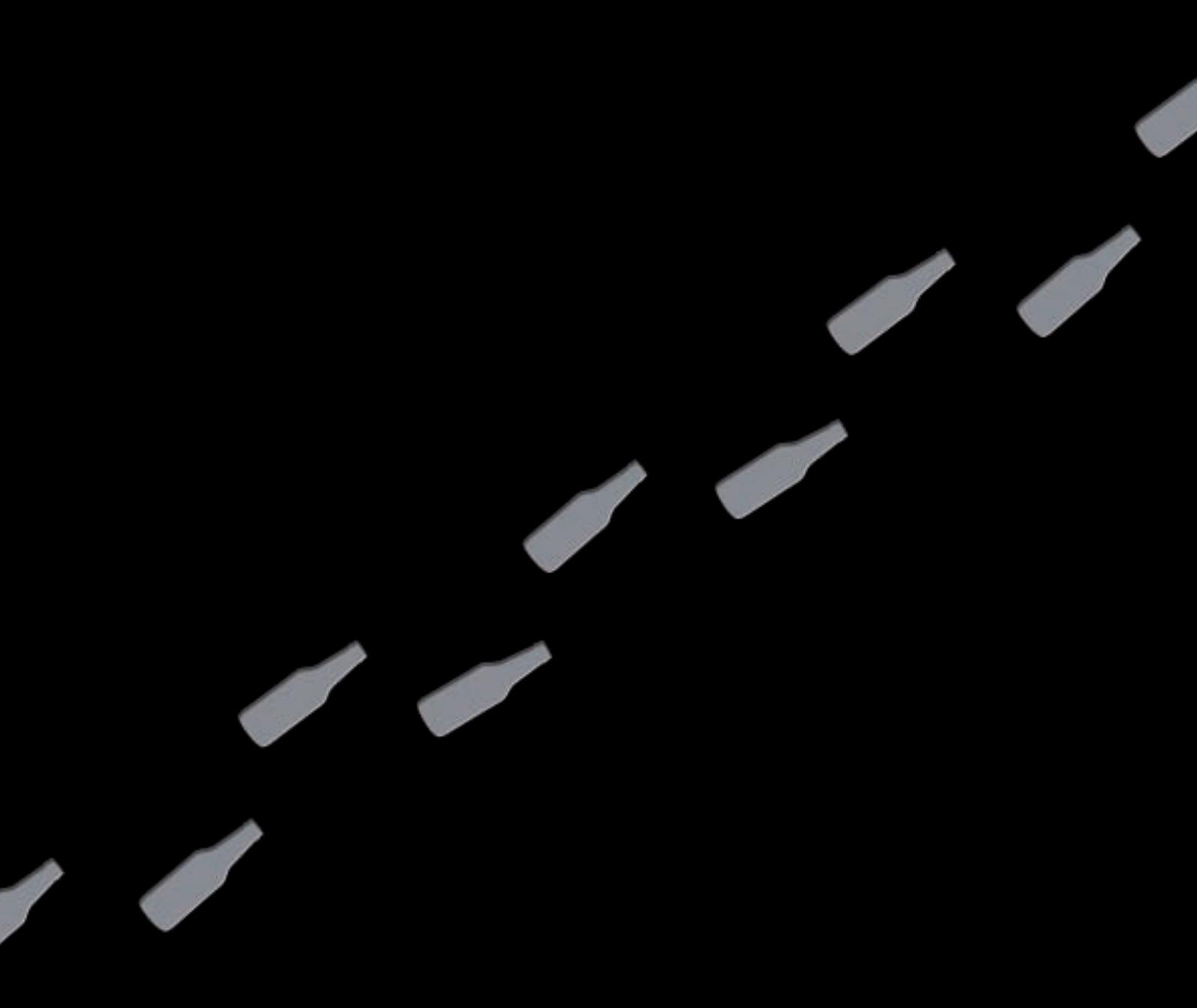
Ya tienes a tu disposición las nuevas líneas de
financiación ICO 2010 para PYMES y autónomos.

Acércate a nuestra red de oficinas o llámanos al
902 022 500, nuestro equipo de gestores
especializados ya está preparado para gestionar
tu solicitud.

actívate. movilizate. contágate.
caixagaliciate



 **CAIXAGALICIA**
EMPRESAS



Este año, como socios de Xacobeo 2010,
tenemos por delante un gran camino
¿Te apuntas?



SOCIO DE
XACOBEO 2010
Galicia