

ACCIÓN RESPONSABLE
MERCADO DE LA COSECHA

DEPORTES
CAMPEONES DEL MUNDO

MÚSICA
CRÓNICA SON ESTRELLA GALICIA

ABRIL | 2013 | Nº 19 | ACTUALIDAD | TENDENCIAS | EVENTOS | VIAJES | GASTRONOMÍA

mundohr 



ORIGINAL PREMIUM MIXER



Entra en la
Comunidad
pleaSchhure



EXPERTS IN MIXING SINCE 1783





IGNACIO RIVERA. CONSEJERO DELEGADO DE HIJOS DE RIVERA S.A.U.

UN SUEÑO HECHO REALIDAD

Hace ahora pocas semanas tuve la oportunidad y la enorme satisfacción de compartir con todos vosotros la inauguración de un nuevo edificio de cocimiento, unas instalaciones que nos permitirán duplicar nuestra capacidad de producción y, de este modo, afrontar el futuro con el optimismo y la solidez necesaria para encarar retos cada día más ambiciosos.

Se trata de un hito histórico para una compañía centenaria como la nuestra. A mí me gusta definirlo como un sueño hecho realidad. Pero también supone un plus de responsabilidad para todos los que formamos parte de este proyecto empresarial.

Un proyecto familiar que, como mencionaba el día de la inauguración, parece asentarse sobre un casual factor multiplicador de 5, generación tras generación. La primera alcanzó una producción de un millón de litros de cerveza, la segunda llegó a los cinco, la tercera a los 25 y con la cuarta estamos ya en los 125 millones de litros. Dejaremos en manos de la quinta generación la presión de mantener este ritmo multiplicador.

Tras 107 años de historia, emprendemos una nueva etapa en la que mantenemos un firme compromiso con nuestra tierra, nuestros clientes, nuestro entorno y nuestros trabajadores. Apostamos por la continuidad y la reinversión para seguir creciendo y afrontando nuevos retos. Retos como potenciar nuestros negocios de bebidas y distribución, configurar equipos y recursos sólidos, seguir posicionando nuestras marcas, analizar nuevas posibilidades de negocios que complementen nuestra oferta, asentar unas bases sólidas de internacionalización y, sobre todo, tratar de que nuestros trabajadores sean felices.

Porque, por mucho que hablemos de crecimiento, de internacionalización o de diversificación, en realidad el mayor y más importante de nuestros retos es siempre ser felices. Sólo así podremos asumir el esfuerzo y la dedicación que este proyecto requiere y lo haremos con la ilusión y la energía necesarias para que alcanzar cada meta se convierta en una celebración. Este es un proyecto colectivo, y estoy convencido de que aún nos quedan muchos sueños por hacer realidad.

Sigamos soñando



Nº19

ABRIL 2013

MUNDO HR

Texto: Corporación Hijos de Rivera
Dirección y redacción: Comunicación Corporativa
Fotografía: Xurxo Lobato, Laurent Masurel, Gabi Gago, Theeyedropper, Mirco Lazzari
Colaboraciones: José Luis Olmedo, Rosa Botas, Yago Campos, Santiago Miguélez, Paco Ucha, Fabio Rodrigues y Luis Veira



NOTICIAS	6
ACTUALIDAD	
Lanzamientos	18
EN PRIMERA PERSONA, Fabio Rodrigues	24
ESTRELLA POR DENTRO	26
A FONDO	28
UNIVERSO VIRTUAL	30
MERCADOS	32
ACCIÓN RESPONSABLE	36
TEMAS ESTRELLA	42
FACTOR H	44
PERSONAJE ESTRELLA, Leo Harlem	47
DEPORTES	48
MÚSICA	54
GASTRONOMÍA	
Luis Veira	65
EVENTOS	66
VIAJES	
Estocolmo	71
GUIÑO AL PASADO Año 1998	74

NUEVOS RETOS, NUEVAS ESTRUCTURAS

CORE BUSINESS HIJOS DE RIVERA SAU

En el año 2010, Hijos de Rivera SAU presentó un plan trienal en el que se planteaban ambiciosos objetivos para el año 2012. Se planteaba una visión: "Ser una compañía de bebidas nacional, alternativa, con un posicionamiento premium y una clara orientación a las diferentes tipologías de clientes". En tiempos en los que las expectativas del entorno y el mercado no parecían los más favorables,



ANTONIO CASTELO
DIRECTOR GENERAL ESPAÑA

■ **GARANTIZAR LA EJECUCIÓN DE EJES DE DESARROLLO EN ESPAÑA (CERVEZA, AGUA Y DISTRIBUCIÓN)**



FAUSTINO RODRÍGUEZ
DIRECTOR GENERAL RECURSOS Y FINANZAS

■ **AGRUPACIÓN DE LOS RECURSOS CLAVE (FINANZAS, RRHH, TIC Y JURÍDICO)**



FABIO RODRIGUES
DIRECTOR GENERAL BRASIL

■ **IMPULSAR LA INTERNACIONALIZACIÓN EN MERCOSUR**



JOSÉ CABANAS
CMO, CHIEF MARKETING OFFICER

■ **GARANTIZAR LA SÓLIDA POSICIÓN DE NUESTRAS MARCAS EN CADA MERCADO**



JORGE MONTERO
DIRECTOR NUEVOS NEGOCIOS

■ **DESARROLLAR LOS NUEVOS NEGOCIOS. PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA Y EXPORTACIONES DEL CORE BUSINESS**

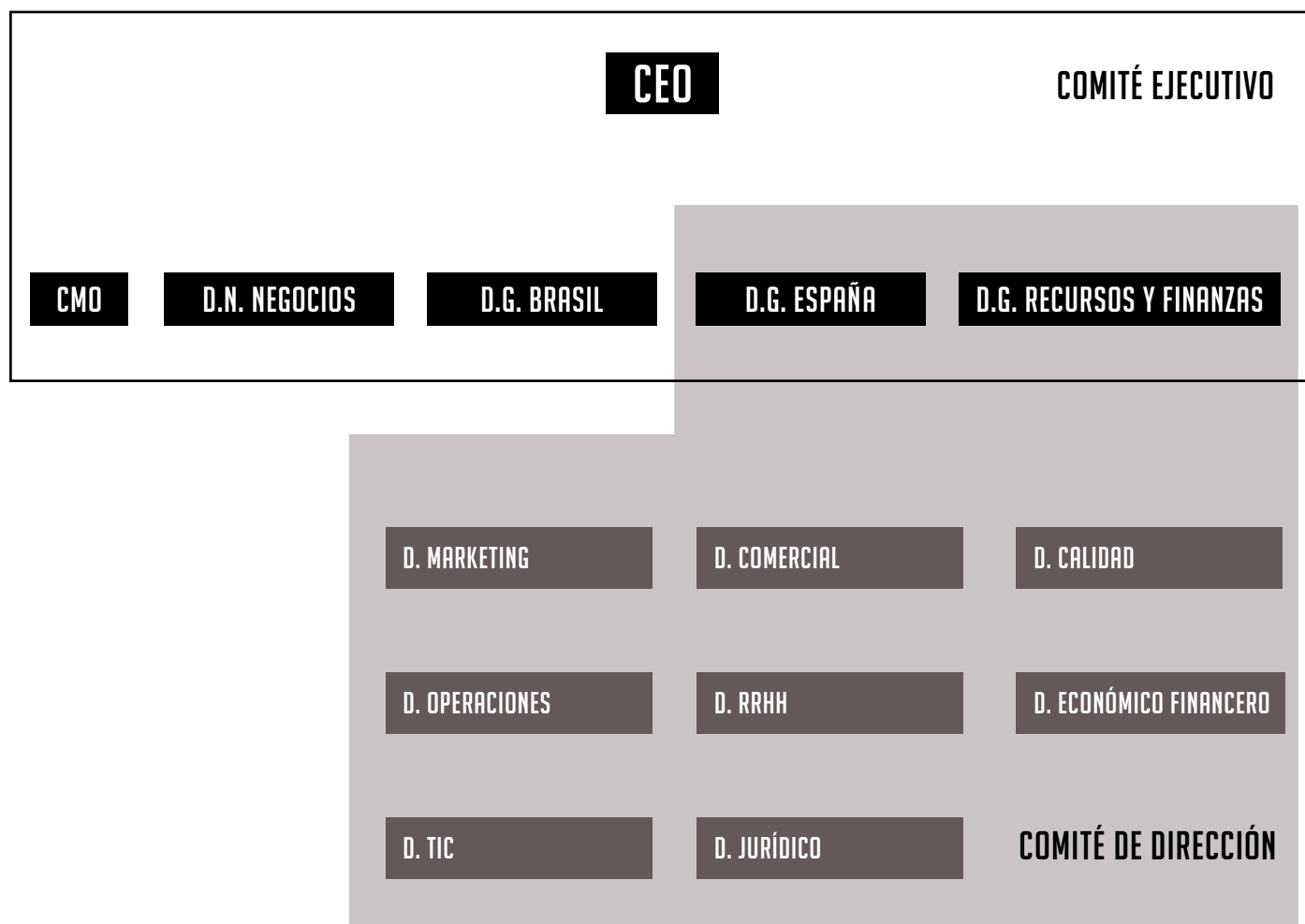
Hijos de Rivera ha alcanzado los retos planteados en este plan y se abre una nueva etapa en la que se afrontarán nuevos objetivos y metas.

En este sentido, la compañía ha iniciado el 2013 adaptando las estructuras organizativas a los retos que se plantean para los próximos tres años a través de un modelo

que tenga en cuenta las nuevas realidades geográficas y que permita una organización por negocios.

Esta reflexión ha dado lugar a la constitución de un "Comité Ejecutivo" en Hijos de Rivera S.A.U. en dependencia directa del Consejero Delegado, Ignacio Rivera, que se convierte así en el órgano de supervisión estratégica de todas las actividades del Core Business.

DETALLE DE LA ORGANIZACIÓN EN ESPAÑA





El Presidente de la Xunta de Galicia, Alberto Núñez Feijóo, y el Alcalde de A Coruña, Carlos Negreira, fueron algunas de las autoridades presentes en el acto y ambos agradecieron el compromiso de la compañía con la comunidad y la definieron como un ejemplo y un motivo de orgullo para todos los gallegos.

INAUGURAMOS NUESTRA NUEVA PLANTA INDUSTRIAL

LAS NUEVAS INSTALACIONES DE ESTRELLA GALICIA NOS PERMITIRÁN DUPLICAR LA CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN DE CERVEZA HASTA LOS 250 MILLONES DE LITROS ANUALES.

El pasado 1 de marzo se celebró el acto oficial de inauguración de la nueva planta industrial de Estrella Galicia. El nuevo edificio alberga un nuevo cocimiento que nos permite duplicar nuestra capacidad de producción de cerveza hasta los 250 millones de litros anuales.

A las 12:00 de la mañana el Presidente de la Xunta, Alberto Núñez Feijóo, hacía su llegada a las instalaciones donde le esperaba la dirección de la compañía encabezada por Ignacio Rivera, Consejero Delegado de Hijos de Rivera, y Santiago Ojea, Presidente de Corporación Hijos de Rivera.

En la comitiva también estaban presentes los Conselleiros de Economía e Industria y Trabajo e Benestar, Francisco Conde y Beatriz Mato, el Alcalde de A Coruña Carlos Negreira, acompañado por los Concejales de Cultura (Ana Fernández,) Educación y Deporte (Francisco José Mourelo), Empleo y Empresa (María Luisa Cid) y Medio Ambiente y Territorio (Martín Fernández). Además, también contó con la presencia de Belén do Campo, Delegada de la Xunta en A Coruña.

Las autoridades tuvieron la oportunidad de realizar una visita a las instalaciones acompañados por la Dirección de la compañía y conocer así de primera mano las últimas tecnologías implantadas en la fábrica que permiten aumentar la capacidad de producción de cerveza y mejorar la eficiencia energética de los procesos.



Tras la visita, los invitados se dirigieron a una carpa donde esperaban los empleados y jubilados de la compañía para presenciar los discursos institucionales y el descubrimiento de una placa conmemorativa de esta inauguración a cargo del Presidente de la Xunta.

“Un sueño hecho realidad”

Ignacio Rivera, Consejero Delegado de Hijos de Rivera, aprovechó la ocasión para hacer un homenaje a las generaciones de la familia Rivera y a todos los trabajadores que a lo largo de 107 años de historia han hecho posible que la compañía haya llegado hasta aquí. Frente a accionistas, autoridades, empleados y jubilados, manifestó el “compromiso de reinversión de la empresa con nuestra tierra, nuestros clientes, nuestro entorno y nuestros trabajadores” y definió el día de hoy como “un sueño hecho realidad”.

Quiso destacar también que la inauguración supone un plus de responsabilidad en la trayectoria de la compañía que afronta retos muy ambiciosos para el futuro como potenciar los negocios de bebidas y distribución, configurar equipos y recursos sólidos, seguir posicionando sus marcas, analizar nuevas posibilidades de negocios que complementen su

oferta, asentar unas bases sólidas de internacionalización y, sobre todo, hacer felices a sus trabajadores.

Por su parte Carlos Negreira, Alcalde de A Coruña, destacó que es un “motivo de orgullo para la ciudad contar con una empresa como Estrella Galicia” y agradeció profundamente el compromiso de la compañía con la ciudad y su implicación en todas aquellas iniciativas que redundan en su beneficio.

Y cerró el acto el Presidente de la Xunta, Alberto Núñez Feijóo, expresando que “Galicia no se entendería hoy sin Estrella Galicia que se ha convertido en un símbolo colectivo”. En sus palabras, “en las crisis es cuando se conoce a los grandes emprendedores y a las empresas con capacidad para superarlas viéndolas como una oportunidad, como es el caso de Estrella Galicia”.

Un hito histórico para una empresa centenaria

Tras más de 107 años de historia, Hijos de Rivera emprende una nueva etapa con la inauguración de su nueva planta industrial. La compañía, fundada en 1906, inició su actividad en la zona portuaria de A Coruña, en el barrio de Cuatro



Camino, combinando la fabricación de hielo para embarcaciones con la producción de cerveza.

Con el tiempo, el crecimiento de la demanda obligó a la tercera generación de la familia Rivera a tomar la decisión de construir una nueva fábrica que diese respuesta a la evolución futura de la compañía. En 1973 se inauguraban las instalaciones del polígono de A Grela y la antigua fábrica de Cuatro Caminos se convirtió en una cervecería emblemática en la ciudad.

Ahora, 40 años después, la compañía da un paso más en su desarrollo con la puesta en marcha de sus nuevas instalaciones situadas en un terreno anexo a la fábrica.

Inversión y apuesta de continuidad

La construcción de estas instalaciones, que se ubican en una parcela de 25.000 metros cuadrados, ha supuesto una inversión de más de 10 millones de euros por parte de la

Ignacio Rivera, Consejero Delegado de Hijos de Rivera S.A.U., destacó en su discurso el compromiso de continuidad, de reinversión y de creación de empleo de la compañía y definió este día como un “sueño hecho realidad”.



compañía, lo que ratifica la apuesta de Hijos de Rivera por la continuidad, la reinversión y el desarrollo económico futuro. En los últimos 5 años ha llevado a cabo una inversión que supera los 170 millones de euros en todos sus ámbitos de actividad con el objetivo de modernizar sus centros productivos, ampliar la gama de productos y formatos, diversificar sus actividades dentro de su sector para reforzar su servicio a los clientes, etc.

Todo ello en el marco de una política de constante creación de empleo por parte de la compañía que prevé un incremento de personal de un 5% en 2013. En la actualidad, la plantilla de Corporación Hijos de Rivera supera las 700 personas, un 90% con contratos indefinidos, una cifra que se duplica si tenemos en cuenta el empleo indirecto que genera su actividad.

Hijos de Rivera S.A.U. ha cerrado el ejercicio 2012 con unas ventas netas de 205,759 millones de euros, lo que supone

un incremento de un 7,8% respecto al año anterior y de un 48% en los últimos 5 años.

En términos de producción de cerveza, el principal producto de la compañía, en 2012 salieron de su fábrica de A Coruña 122,5 millones de litros, una cifra un 8% superior a la del año anterior. Un dato que podrá duplicarse a corto-medio plazo gracias a la inauguración de las nuevas instalaciones de cocimiento.

Tras una serie de exhaustivas pruebas llevadas a cabo en los últimos meses, las primeras cervezas elaboradas en las nuevas instalaciones llegaron al mercado a lo largo de 2012. Los maestros cerveceros de la compañía han realizado un estricto proceso de supervisión y control para garantizar que la cerveza mantiene el sabor y la calidad de siempre, con todas sus características organolépticas intactas, algo que han ratificado los consumidores a lo largo de los últimos meses.



ESTRELLA GALICIA, ESCANDALOSAMENTE BUENA

AL RITMO DE *ESCÁNDALO* DE RAPHAEL, LA NOCHE DEL 26 DE DICIEMBRE, ESTRELLA GALICIA ESTRENÓ NUEVA CAMPAÑA PUBLICITARIA A NIVEL NACIONAL. “ESTRELLA GALICIA, ESCANDALOSAMENTE BUENA” ES EL ESLOGAN DEL NUEVO SPOT QUE DESDE ENTONCES SE EMITE EN LAS PRINCIPALES CADENAS DE TELEVISIÓN NACIONAL Y QUE ESTÁ PRESENTE EN TODOS LOS SOPORTES, REFORZANDO EL POSICIONAMIENTO DE NUESTRA CERVEZA COMO UN PRODUCTO *PREMIUM* Y DE CALIDAD.



Esta es la tercera campaña nacional de Estrella Galicia desde que en 2011 apostamos por incrementar nuestra notoriedad en el mercado nacional. Después de presentarnos con “las cifras de tu vida”, y de la campaña Estrella Galicia, extremadamente buena”, damos un paso más con “Estrella Galicia, escandalosamente buena”.

La música de Raphael acompaña a los cuatro protagonistas de este nuevo spot que se ha inspirado en el videoclip de Jamiroquay, “Virtual Insanity”, en el que el cantante se desliza sobre el suelo de una habitación. Una estructura de seis metros de alto, suspendida en el aire, que recrea el interior de un bar, ha posibilitado imitar la técnica de este videoclip.

La campaña se completa con aplicaciones *online* para que los consumidores puedan divertirse aprendiendo la coreografía del spot a la vez que interactúan con sus amigos a través de las redes sociales.



CABREIROÁ CELEBRA EL 60 ANIVERSARIO DEL FESTIVAL DE CINE DE SAN SEBASTIÁN



EL FESTIVAL DE CINE DE SAN SEBASTIÁN LLEGÓ A SU 60 EDICIÓN EN SEPTIEMBRE CON LA PRESENCIA DE CABREIROÁ QUE, POR SEGUNDO AÑO CONSECUTIVO, FUE EL AGUA OFICIAL DE ESTE CERTAMEN DE CINE INTERNACIONAL QUE CONGREGA EN LA CIUDAD A LOS CINEASTAS, ACTRICES Y ACTORES DEL MOMENTO.

Con este motivo, la marca lanzó una edición especial de botellas con un cuidado diseño, que conmemoraba esta fecha y se inspiraba en todas las ediciones por las que pasó el Festival a través de su cartelería. Así, en la etiqueta de cada botella estaba presente una de las ocho ediciones más representativas que han formado parte del certamen en toda su historia desde que nació en 1953. Un pequeño texto junto a la gráfica de cada edición, repasaba los hitos cinematográficos de ese momento.

La nueva edición limitada de botellas de Cabreiroá estuvo disponible en toda España desde finales del mes de agosto en los formatos de vidrio de 33 cl., 0,5 L. y 1 L.

ESTRELLA DE NAVIDAD 2012

ESTRELLA GALICIA LANZÓ SU EDICIÓN LIMITADA ESTRELLA DE NAVIDAD 2012 EN EL MES DE NOVIEMBRE PARA ACOMPAÑAR LAS FIESTAS NAVIDEÑAS CON TODOS SUS CONSUMIDORES. UNA NUEVA COLECCIÓN DE CERVEZA ESPECIAL 100% MALTA, CONFECCIONADA A PARTIR DE LÚPULO PROPIO Y CULTIVADO EN GALICIA.

Envasamos 243.000 litros de esta edición especial de cerveza que estuvo disponible en los canales de Alimentación y Horeca a nivel nacional. Una cerveza que contaba con el característico sabor que le imprime la malta y el equilibrio que le proporciona el amargor del lúpulo gallego empleado en su elaboración. Ésta era la décima edición de una cerveza que se elabora cada temporada para celebrar la época navideña y que desde el año 2006 se elabora a partir de lúpulo propio cultivado por Hijos de Rivera en los terrenos del Centro de Investigaciones Agrarias de Mabegondo en A Coruña.



La esperada Estrella de Navidad 2012 contaba con una imagen moderna y divertida que recreaba la figura de Papá Noel. El collarín de la botella incorporaba el rostro de este personaje y la etiqueta se adaptó a su vestimenta mientras que el tapón abre-fácil simulaba el gorro con el que se identifica. Un año más, Estrella de Navidad incorporaba material termosensible en su etiquetado que indicaba la temperatura óptima de su consumo (entre 4 y 6 grados). Así la estrella del envase y el mercurio del termómetro cambiaban de color para indicar su estado óptimo de enfriamiento.



CABREIROÁ, CUÁNTA VIDA POR BEBER

Cabreiroá estrena un nuevo posicionamiento que acompañará a la marca en su nueva trayectoria de proyección nacional y que representa a la perfección los valores del producto. Nuestra agua mineral se adentra en un nuevo territorio de comunicación asociado a un concepto que transmite la esencia de lo que somos: la vitalidad.

El agua es energía. Todos necesitamos beber en nuestra vida para seguir haciendo cosas nuevas. Porque la vida es una sucesión de experiencias que pasan entre sorbo y sorbo. Y, por mucho que hayamos pasado, siempre hay algo nuevo por vivir. Cabreiroá, cuánta vida por beber.

DESYMO



EN LOS ÚLTIMOS MESES, DESYMO HA CENTRADO SU ACTIVIDAD EN LAS CADENAS DE FOOD SERVICE DE CORPORACIÓN HIJOS DE RIVERA. EN LO QUE RESPECTA A GISTE, SE HA INSTALADO UNA MAGNÍFICA TERRAZA CUBIERTA EN EL LOCAL DE POZUELO Y SE HA REMODELADO ÍNTEGRAMENTE EL LOCAL DEL C.C. DE LA MORALEJA.

Además, se han ejecutado pequeños cambios en la mítica Cervecería de Cuatro Caminos, de cara a mejorar su imagen pero sin que pierda un ápice de su identidad. En este sentido, se han reformado los baños, la entrada trasera y las escaleras de acceso al comedor y se ha pintado la estructura imitando a forja para darle un aire más industrial al local.

En cuanto a BARES Y ESTRELLAS, y de cara a mejorar el confort de los clientes, el patio trasero ha sido remodelado y climatizado, tanto para invierno como de cara al verano, y se ha modificado la zona delantera del local buscando una mayor sensación de calidez.

También hay que resaltar la ampliación de JAMONERIA CAVAMONTES, que ya había confiado en DESYMO para la apertura del local y, dado la gran acogida por parte de sus clientes, ha vuelto a confiar en DESYMO para esta reforma.

NOS DISFRAZAMOS EN CARNAVAL



ESTRELLA GALICIA VOLVIÓ A PERSONALIZAR SUS BOTELLAS CON MOTIVO DE LA CELEBRACIÓN DEL CARNAVAL 2013, LANZANDO AL MERCADO UNA NUEVA EDICIÓN ESPECIAL EN LA QUE SE DISFRAZABA DE UNA FORMA DIVERTIDA Y ORIGINAL.

La marca eligió cuatro disfraces habituales del Carnaval con los que celebró esta fiesta de gran tradición y que se celebra en toda España en el mes de febrero. Estrella Galicia vistió las etiquetas frontales de sus botellas con los disfraces de pirata, indio, vaquero y astronauta para divertir a todos sus consumidores.

La nueva edición especial de Estrella Galicia de Carnaval estuvo disponible en los establecimientos de hostelería de toda España. Se envasaron 3 millones de botellas retornables de 33 cl. con los cuatro diseños y etiquetados distintos.

NOVEDADES EN CUSTOM DRINKS

ME TONIC

Custom Drinks ha sido responsable de la producción y el diseño de la nueva bebida, ME TONIC, por encargo del Grupo Varma, empresa española especializada en la distribución de marcas internacionales como las ginebras Hendricks y Master`s y son los propietarios del Ron Barceló.

ME TONIC es una nueva bebida elaborada a partir de un cítrico japonés con la apariencia de una pequeña naranja llamado *yuzu*. Esta fruta con sabor similar al de la mandarina hace de ME TONIC un producto muy especial tanto para beber como un refresco con un limón en el cuello de la botella como para disfrutar como combinado de otras bebidas.

El proyecto desarrollado por Custom Drinks ha sido posible tras dos años de un intenso trabajo de investigación y ha dado lugar al lanzamiento de un producto que está teniendo un gran éxito entre los consumidores, posicionándose a la altura de otras tónicas *premium* del mercado.

Bodegas Olé

El Grupo Gesnegocio 5.000, empresa catalana que se dedica a la exportación de diferentes productos, entre ellos la bebida energética Dinamite para el mercado africano y austríaco, encargó a Custom Drinks la elaboración de la sangría Bodegas Olé para su comercialización en el mercado estadounidense.

Bodegas Olé, que se envasa en botella Rihn de 75 cl., es sangría gasificada y, en este caso, elaborada con un toque de melocotón.

Flemish

Nueva bebida diseñada y elaborada por Custom Drinks para su comercialización principalmente en el canal de alimentación de Nigeria y en Reino Unido. Se trata de un vino espumoso semidulce y rosado elaborado a partir de las variedades Tempranillo y Garnacha.



★ PREMIOS ★

‘WINE LIST AWARD’ PARA BARCINO



EL RESTAURANTE BARCINO WINE RESTO BAR FUE GALARDONADO CON EL PREMIO A LA MEJOR CARTA DE VINOS EN LA CUARTA EDICIÓN DE LOS GALARDONES MBKRS QUE SE CELEBRÓ EN FILIPINAS EN NOVIEMBRE.

Con 100 chefs, hosteleros, profesores, críticos, bloggers, editores y celebrities del sector, los MBKRS son los galardones de mayor prestigio en el ámbito de la restauración en Filipinas. Cada año concede 30 galardones con categorías que premian la propia cocina, la especialidad gastronómica o el esfuerzo individual de los participantes. La gala de entrega de premios congregó al menos a 7 televisiones del país, 6 radios, 8 periódicos e innumerables publicaciones.

NERUS TEMPTATION, MEDALLA DE PLATA EN FHC CHINA



EL VINO BLANCO, NERUS TEMPTATION FUE GALARDONADO CON LA MEDALLA DE PLATA EN LA CATA DE SOMELIERS QUE TUVO LUGAR EN EL ENCUENTRO INTERNACIONAL FHC CHINA 2012, QUE SE CELEBRÓ EN NOVIEMBRE EN LA CIUDAD DE SHANGHAI.

FHC China es la mayor feria internacional del sector de la Alimentación y Bebidas en este país con la presencia de 1.500 empresas de 70 países. Esta vez acogió una muestra de vinos y espirituosos en la que se enmarcó la Cata de Someliers donde Nerus Temptation fue premiado.

De la mano de Custom Drinks, Rivera Shanghai lanzó esta gama de vinos, destinada específicamente al mercado chino, en mayo de 2011. Bajo la marca Nerus, que ya contaba con vinos en lata, se desarrollaron las variantes Nerus Allure y Nerus Temptation. Dos vinos semi dulces, muy fáciles de beber e ideales para los gustos asiáticos.

El Nerus Temptation es un blend o vino de corte de uvas Verdejo y Sauvignon Blanc. Se trata de un vino muy frutal, fresco y redondo en el paladar con aroma a piña y a manzana verde. A su vez, el Nerus Allure es un vibrante rosé realizado a partir de la combinación de Tempranillo y Garnacha. Su sabor y su aroma desprenden contrastes de fresas con frutos rojos como bayas y moras. Ambos tienen una graduación alcohólica de 11,7°.

MEDALLA DE ORO EN EL WORLD BEER CHALLENGE



1906 RESERVA ESPECIAL SE CONSOLIDA COMO UNA CERVEZA DE REFERENCIA A NIVEL INTERNACIONAL GRACIAS AL RESPALDO UNÁNIME DE LOS MAYORES EXPERTOS DEL SECTOR.

1906 Reserva Especial obtuvo la máxima puntuación con 98,5 puntos sobre 100 en el World Beer Challenge, obteniendo así la Medalla de Oro en este certamen que se considera uno de los más prestigiosos del mundo ya que cada año más de 300 cervezas optan al premio.



*124# (= silenciador de cuñados

aínda non fai calar ao teu cuñado pero...

xa podes elixir unha das novas tarifas planas

200 min

100 sms

**500 MB
internet móbil**

19€/mes

400 min

200 sms

**1 GB
internet móbil**

29€/mes

infórmate gratis no 1445

tarifa plana 24 horas: 200/400: con 19,29 €/mes (22,99/35,09 IVE incl.) · 200/400 minutos de chamadas e 100/200 sms a calquera operador nacional dende territorio nacional: inclúe 500 megas / 1 GB de consumo de datos en territorio nacional - os excesos dos 200/400 minutos teñen o custo do establecemento 15 cent/min (18,15 IVE incl.) e 8 cent/min (9,60 IVE incl.) - os excesos dos 100/200 sms teñen un custo de 9 cent/sms (10,89 IVE incl.) · unha vez superado os 500 megas/1 GB a velocidade redúcese a 64 kbps

móbilR
the móbil obsession



Recupera la receta de la “Especial Extra”, conocida popularmente como “La Colorada”, que se elaboraba antiguamente.



VUELVE LA COLORADA

EN NOVIEMBRE PRESENTAMOS 1906 RED VINTAGE, UNA NUEVA CERVEZA QUE SE INCORPORÓ A LA GAMA DE PRODUCTOS DE LA COMPAÑÍA. 1906 RED VINTAGE ES UNA CERVEZA LIGERAMENTE TOSTADA QUE ACERCA AL CONSUMIDOR LAS “COSAS QUE NO DEBERÍAMOS PERDER” Y QUE RECUPERA LA RECETA DE LA “ESPECIAL EXTRA” O TAMBIÉN CONOCIDA COMO “LA COLORADA”, UNA ANTIGUA CERVEZA QUE PRODUCÍA HIJOS DE RIVERA.

1906 Red Vintage se presenta en formato botella de 33cl., con diseño retro y tapón abre-fácil rojo. Incluye 11 contraetiquetas distintas con ilustraciones vintage que remiten a piezas de culto que siempre merece la pena redescubrir, a las que acompañan una pequeña leyenda explicativa y un código QR que remite a un vídeo en el que se dan a conocer las características de la cerveza, así como la huella que “La Colorada” dejó en los consumidores en su día.

La recuperación de la receta de “La Colorada” se testó con Estrella Galicia Selección en marzo 2012. Se trata de una cerveza intensa y equilibrada, que se caracteriza por su aroma a malta tostada y espuma cremosa y compacta con burbuja fina. Posee un marcado amargo final que balancea su alto contenido alcohólico (alc. 8% vol.) y la hace agradable de beber en cualquier momento.

“Cosas que no deberíamos perder”

La presentación oficial de 1906 Red Vintage tuvo lugar el 15 de no-



Multitud de caras conocidas de la vida social, cultural y gastronómica gallega no quisieron perderse el radioshow de 1906 Red Vintage

viembre en la Sala Capitol de Santiago de Compostela. A través de la puesta en escena de un Radio Show, que se emitió en directo por la Cadena Ser, tertulianos, monologuistas, músicos y entrevistados echaron la vista atrás para hacer un repaso de tantas “cosas que no deberíamos perder” en una vuelta al pasado llena de emoción y, sobre todo, de sentido del humor.

La música en directo de Xoel interpretando temas míticos de los 70 y 80 fue la banda sonora de una noche en la que multitud de caras conocidas de la vida social, cultural y gastronómica gallega no quisieron perderse la presentación en primicia de 1906 Red Vintage.

Por su parte, Ignacio Rivera, Consejero Delegado de la compañía, manifestó su orgullo por la recuperación de una cerveza que dejó en su día una huella importante en los consumidores y que, a los que han vivido de cerca la evolución de la empresa en las últimas décadas, les trae muchos buenos recuerdos.

Es una cerveza tostada, intensa y equilibrada, de 8 grados, de carácter fuerte y muy agradable al gusto.





El Museo de Galicia de la Ciudad de la Cultura iluminado podía verse desde cualquier parte de la ciudad de Santiago

PONTE DA BOGA TIÑE EL MUSEO DE GALICIA DE LA CIUDAD DE LA CULTURA PARA PRESENTAR SU “EXPRESIÓN ROMÁNICA”

ADEGA PONTE DA BOGA PRESENTÓ EL 30 DE OCTUBRE “PONTE DA BOGA EXPRESIÓN ROMÁNICA”, LA SEGUNDA EDICIÓN LIMITADA DE LOS VINOS QUE CONMEMORAN LA VINCULACIÓN DE LA COMPAÑÍA A LOS ACTOS DE HOMENAJE DE LA CATEDRAL DE SANTIAGO DE COMPOSTELA CON MOTIVO DE SU 800 ANIVERSARIO.

El evento se celebró en el Museo de Galicia de la Ciudad de la Cultura, que abrió por primera vez sus puertas para acoger un acto de carácter privado, y reunió a un importante número de personalidades del ámbito de la cultura, el arte y la gastronomía de Galicia para presentar esta serie limitada de vinos que recorren las distintas etapas artísticas presentes en el templo compostelano.

El acto de presentación comenzó con una visita guiada a la exposición “Gallaecia Petrea”, la muestra que acoge el museo desde el mes de junio y que recorre la historia de la construcción gallega a partir de un elemento tan icónico como la piedra. A la visita, que estuvo amenizada por la música de los conjuntos gallegos “ISGA Collective” y “Lulavai”, siguió el discurso de José María Rivera, Presidente de Adega Ponte da



El evento se celebró en el Museo de Galicia de la Ciudad de la Cultura y reunió a personalidades del ámbito de la cultura, el arte y la gastronomía de Galicia.

Boga, que expresó el gran significado que tiene el apoyo a la restauración de un monumento emblemático para Galicia como la Catedral de Santiago y la conexión que existe con la piedra “como un elemento característico que refleja el esfuerzo del hombre por dominar su entorno” y que “tiene su reflejo en las interminables y abruptas laderas, dominadas heroicamente por miles de bancales de piedra en los que Ponte da Boga alberga sus cepas de Mencía y otras variedades de uva”. Las mismas piedras que, en sus palabras, “forman a veces pequeñas iglesias y otros majestuosos monasterios, constituyen joyas del románico que hoy también están simbólicamente contenidas en nuestro Ponte da Boga Expresión Románica”.

A continuación, el enólogo de la bodega Dominique Roujou de Boubee presentó y dirigió la cata del vino “Ponte da Boga Expresión Románica”, la segunda edición de la serie limitada de 800 cajas de elaboraciones únicas anuales que Adega Ponte da Boga concibe con motivo del 800 aniversario de la Catedral de Santiago de Compostela. Dominique Roujou dio a conocer las características técnicas y los matices de “Ponte da Boga Expresión Románica” y dio paso a un cóctel que estuvo acompañado por la música de “ISGA Collective”.



MAELOC, COSECHA DE GALICIA NUEVA SIDRA EXTRA ECOLÓGICA

MAELOC ES EL FRUTO DE UNA APUESTA POR LO DIFERENTE, AUNQUE EN ESTE CASO LO DIFERENTE SIGNIFICA EMPRENDER EL CAMINO HACIA EL ORIGEN.

Custom Drinks inició una nueva andadura en el mundo de las sidras, potenciando los valores de tradición y origen con el lanzamiento de la sidra MaeLoc. La primera etapa del camino, que inicia la Sidra Extra Ecológica, con una nueva imagen y marca de una gama de sidras que se presentarán en los próximos meses como las distintas paradas de un camino de largo recorrido.

Con la nueva apariencia y marca de su sidra Extra Ecológica MaeLoc, elaborada a base de manzanas 100% gallegas, Custom Drinks refuerza su posicionamiento como la principal Sidra Ecológica Gallega. Elaborada conforme a las prácticas de Agricultura Ecológica de Galicia y Galicia Calidade, Custom Drinks demuestra así su compromiso con el mundo rural, fomentando el producto ecológico y de calidad.



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

“La gente compra el producto pero también compra el sueño intangible que viene vinculado a la marca”



FABIO RODRIGUES
DIRECTOR
GENERAL DE
ESTRELLA GALICIA
DO BRASIL

Brasil es un mercado con un potencial enorme, ¿cuáles cree que son sus mayores ventajas y oportunidades para introducir nuevos productos?

Creo que para tener éxito en Brasil hay que estar muy atentos al mercado, observando muy cuidadosamente cada paso a seguir, principalmente ahora al principio. Brasil es un país muy grande geográficamente, con diferentes regiones y diferentes hábitos de consumo. Entendemos que nuestra marca puede llegar a todo el territorio nacional con un crecimiento sostenible y gracias a la gran aceptación por parte del consumidor, ya que tenemos un gran producto con una calidad reconocida y probada ya en este inicio del trabajo que estamos desarrollando.

Estrella Galicia do Brasil se ha constituido recientemente, ¿cuáles son sus expectativas y principales objetivos a corto y medio plazo?

Nuestros objetivos de planeamiento estratégico son bastante audaces y desafiantes más allá de que los volúmenes que se persiguen son principalmente de posicionamiento de marca. Va en línea con lo que existe en España, con propiedad y reconocimiento de la calidad y los atributos diferenciados que tenemos en nuestro producto.

Para hacer llegar este mensaje, debemos trabajar en la calidad de construcción de este posicionamiento y apoyo, y distribuir el producto en todo el territorio nacional, en línea con una estrategia de rentabilidad y competitividad. Estos son los principales objetivos de los próximos años, por lo que podemos ver ahora mismo.

¿Y en el conjunto de Mercosur?

En el Mercosur creo que es un paso más allá y posterior de esta obra en Brasil. Sabemos que ya estamos trabajando en algunos países como Argentina, Chile, Colombia, y ya tenemos alguna información de la buena recepción de los productos en este mercado. Obviamente vamos a tener que profundizar en cada mercado para obtener la misma posición y, sobre todo, entender cuáles son las mejores oportunidades para nuestra marca. Tenemos muchas expectativas depositadas en estos mercados, teniendo en cuenta también que en 2014 deberemos comercializar los productos fabricados en Brasil.

¿Qué acogida están recibiendo los productos de Hijos de Rivera por parte de los consumidores brasileños?

Las cervezas Estrella Galicia y 1906 que estamos desarrollando en el mercado brasileño han sido muy bien aceptadas por todos los consumidores a los que hemos llegado. Tanto los clientes como los consumidores finales o las empresas del sector cervecero que han tenido la oportunidad de disfrutar de nuestros productos tuvieron una gran experiencia, lo que confirma que la calidad es una de las mayores fortalezas de nuestra marca. Lo que tenemos que hacer es distribuir nuestros productos a gran escala, de modo que podamos preparar el desarrollo y la consolidación de la marca Estrella Galicia en Brasil.

¿Cuáles son las fortalezas de nuestra oferta a la hora de competir en este mercado?

Sin duda, la calidad de nuestra cerveza. Pero también dar a conocer una marca reconocida e históricamente muy tradicional en España que, bien contada aquí en Brasil, será un importante valor diferencial. Porque la tradición de cuatro generaciones de la familia Rivera en este mercado es una tarjeta de visita muy valiosa. La gente compra el producto, sin embargo también compra el sueño intangible que viene vinculado a la marca. Creo que basándonos en estos atributos, combinados con un buen nivel de servicio y el apoyo de un marketing apropiado, podemos avanzar mucho en este mercado.

MUY PERSONAL

Edad: 49 años

Estado civil: Casado

Una comida: Carnes y pescados

Una bebida: Cerveza

Aficiones: Motos y Fútbol

Ciudad favorita: Sao Paulo

Un libro: Fernao Capelo Gaviota de Richard Bach

Una película: Ben Hur

Una canción: Love my Life - Queen

Un momento: Nacimiento de mis hijos

Un reto: Poner Estrella Galicia en Brasil, entre los mejores

No soporta: Traición

Una disculpa: Estaba bebiendo con mis amigos



El Parador de Alcalá de Henares fue en esta ocasión el lugar de encuentro para la celebración de la Convención del Área de Mercado de Hijos de Rivera S.A.U. Más de un centenar de personas del equipo comercial y de marketing, así como algunos directivos de la compañía, participaron en estas jornadas de trabajo que combinaron intensas ponencias con momentos más lúdicos.

La visita a la Ciudad del Fútbol de la Federación Española con recorrido por su Museo y avalancha de fotos con los trofeos más codiciados de la Selección Española fue sin duda el momento estrella de toda la Convención. Y del sentimiento de equipo de nuestros Campeones del Mundo sur-

gió el *leit motiv* que presidió todo este encuentro: *El futuro se juega en equipo*.

Planes, estrategias, objetivos, retos, logros, posicionamiento son sólo algunos de los conceptos que se desarrollaron en profundidad en las distintas intervenciones de los Directores y responsables de cada área. Desde Alimentación a Horeca o Cerveza de Bodega, pasando por las diferentes marcas y sus planes de marketing para 2013, un torrente de información tras el que llegó la intervención de Ignacio Rivera, Consejero Delegado, que cerró la Convención con una ponencia repleta de desafíos para el futuro, pero también de optimismo y confianza.

HPS]

www.grupohps.com

¿nos acompañas?

Somos expertos en abrirte las puertas a nuevos mercados de la mano de nuestra unidad de negocio SERVIGUIDE.

Ahora también en Estados Unidos.



SERVIGUIDE

serviguide | ader ett | xstandardsg | hijos de José Pan de Soraluce | Jardín Coruña | Fundación Galicia Innova

ESPAÑA: A Coruña - Lugo - Ourense - Santiago - Vigo - Madrid
INTERNACIONAL: Estados Unidos - R.D. - México - Uruguay - Bolivia



ESTRELLA GALICIA SE CUELA EN TUS PROGRAMAS FAVORITOS

En 2012 hemos sorprendido a los telespectadores con incursiones en algunos de los espacios de más audiencia de la televisión nacional.



COVADONGA NOGUEROL
JEFA DE SERVICIOS
DEPARTAMENTO DE MARKETING

Cada vez resulta más complicado hacerse un hueco en la mente del consumidor. Cualquier marca se plantea el mismo objetivo: que al llegar el momento de consumo, el individuo se acuerde de tu marca y se olvide de la competencia.

En el sector cervecero peleamos además con grandes marcas que cuentan con presupuestos de publicidad muy por encima del nuestro ya que también sus volúmenes de ventas son más altos. Por eso es muy importante no dejar pasar oportunidades que a veces requieren un riesgo mayor pero inversiones más pequeñas que la publicidad convencional.

Ahí es donde nosotros tenemos ventaja. Cuando nos proponen acciones como las que mostramos a continuación se necesita una buena dosis de espíritu de innovación y en Hijos de Rivera nos sobra.

Product Placement

Este año pasado hemos sido muy proactivos en este área. Además de nuestra presencia habitual en las series de mayor éxito de la TVG, hemos dado el salto nacional de la mano de Telecinco en el marco de una de sus series más emblemáticas "La que se avecina". Durante trece capítulos hemos podido ver a los principales protagonistas consumiendo Estrella Galicia en el bar, acompañados además de diferentes elementos de la marca como servilleteros o vajilla.

Pero lo que realmente sorprendió al gran público fue nuestra presencia en "Erase una vez", una serie norteamericana emitida en Antena 3, donde la protagonista apareció en varias escenas con un servilletero de nuestra marca y algún otro elemento decorativo en el bar.

Esto se consiguió gracias al *placement virtual*, una técnica que permite insertar digitalmente la marca o producto en un contenido grabado con anterioridad. Así conseguimos que Estrella Galicia apareciera en un bar norteamericano y un alto impacto en términos de notoriedad.



Muchos medios nacionales publicaron artículos sobre la acción y la audiencia se hizo eco de la publicidad de la marca en las redes sociales el día de su estreno. Los telespectadores comentaron esta acción en la red social Twitter que llegó a registrar más de 200 tweets y retweets de los propios usuarios, sorprendidos por la presencia de Estrella Galicia en una producción de origen norteamericano. La acción fue acogida positivamente por los propios consumidores, muchos de ellos “orgullosos” de que su cerveza traspase fronteras y se incorpore a los grandes estrenos que llegan a España desde el otro lado del Atlántico.

El Hormiguero

Otra de las fórmulas innovadoras con las que nos atrevimos este año fue con la integración de nuestro producto en diferentes pruebas del programa de Antena 3, El Hormiguero.

Gracias al “hombre de negro”, Estrella Galicia fue protagonista de dos pruebas espectaculares. En la primera ocasión el reto consistía en abrir un número considerable de botellas de tercio utilizando uno de los brazos de una paletizadora. Hasta en tres ocasiones lo intentaron, y lo consiguieron!!!!

En la segunda prueba el desafío del Hombre de Negro consistió en hacer circular diversos tipos de vehículo sobre una hilera de botellas de cerveza Estrella Galicia. Primero, un piloto experto de Enduro trató de rodar sobre las botellas con su bicicleta y con su moto de competición. Después fue el turno del Hombre de Negro, que hizo circular un coche sobre dos hileras de botellines de Estrella Galicia.

Sumando ambas acciones, nuestra marca de cerveza fue el centro de atención de los dos millones y medio de espec-

tadores que siguen este programa cada día, durante casi 20 minutos. Sin duda una acción que nos ha ayudado a conseguir notoriedad fuera de Galicia.

Por un 2013 escandalosamente bueno

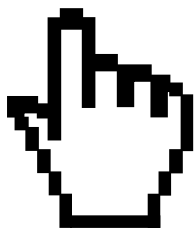
Y para terminar el año nos propusimos dar la campanada y nunca mejor dicho. Estrella Galicia fue la protagonista del brindis por el nuevo año en dos cadenas nacionales: Antena 3 y La Sexta. De la mano de Paula Vázquez, Carlos Sobera, el popular cocinero Chicote y la presentadora del Intermedio Sandra Savatés, nuestra cerveza acompañó a la audiencia en ese mágico momento.

Esta acción se complementó con una serie de anuncios durante la semana previa en los que Paula Vázquez y Chicote anunciaban el gran día bailando al ritmo de Escándalo en el decorado de nuestro spot.

La repercusión de dicha iniciativa fue fantástica y un gran número de medios de comunicación se hicieron eco de nuestra propuesta. A todo el mundo les sorprendió la sustitución del tradicional cava por nuestra cerveza. No así a nuestros consumidores, más acostumbrados a celebrar sus buenos momentos con Estrella Galicia.

Y es que en nuestra Compañía estamos dispuestos a buscar nuevas fórmulas que nos diferencien de nuestra competencia y si además, como en este caso, nos permite lanzar un mensaje de optimismo, pues el objetivo está cubierto.

Somos diferentes, y así se lo queremos transmitir a nuestros consumidores. Estamos convencidos de que hay nuevas fórmulas para todo y como no, también para la publicidad.



1. ESTRELLA GALICIA SUPERA LOS 100.000

Crecemos de forma imparable en las redes sociales. Desde el nacimiento de la cuenta oficial de Estrella Galicia en Facebook en 2009, la marca ha ido aumentando progresivamente el número de seguidores lo que le ha valido entrar en el 'Top5' de las empresas de cerveza nacionales que superan la barrera de los 100.000 fans en esta red social.

La participación ha sido clave. Después de llegar a los 100.000 seguidores en Facebook, nuestra marca lanzó 'El brindis de los 100.000', una aplicación en la que los internautas podían subir fotos brindando con el producto para ganar más de 100 regalos, entre los que se encuentran *tablets* y otras muchas sorpresas más.

Cada semana se realizan concursos y sorteos en la cuenta de Estrella Galicia en Facebook. Uno de los que mayor éxito obtuvo fue el concurso para ser telonero de Vetusta Morla —con cerca de 100 bandas participantes y un elevado número de votaciones, supuso una excelente repercusión en el medio digital—. El apoyo que da la marca al fútbol gallego, entregando puntualmente entradas para los partidos del Deportivo, el Celta o el Lugo es otra de las acciones más seguidas entre los usuarios.

Los "momentos #ExageradamenteBuenos" también han sido fundamentales en el desarrollo de la campaña nacional de la marca en Internet, proponiendo a los internautas que compartan sus instantes más especiales. En ocasiones, acaparan un elevado número de 'Me gusta', superando los 1.500 votos.



2. CONVIÉRTETE EN UNA ESTRELLA

Estrella Galicia lanzó en noviembre de 2012 la aplicación para redes sociales, 'Conviértete en una Estrella' para que todos los usuarios pudiesen compartirla con sus amigos a través de Internet. Únicamente había que darse de alta en la aplicación para ser el protagonista de un video de animación en el que el usuario se convertía en una verdadera Estrella.



3. COMPITE COMO MARC MARQUEZ

Speedway Estrella Galicia 0,0 es el nombre de la aplicación en la que puedes competir como Marc Márquez en Facebook. Un diver-

tido juego que está basado en el tradicional Scalextric y en el que los usuarios pueden desafiarse a sí mismos o a otros contrincantes que estén online. Speedway Estrella Galicia 0,0 recrea la estética de los circuitos reales para que cualquiera pueda sentirse como un verdadero piloto. Además, los resultados se registran en clasificaciones y los mejores jugadores reciben premios.



4. ESTRELLA GALICIA EN TU MÓVIL

Descárgate la aplicación de Estrella Galicia para iPhone y Android y consulta la agenda SON Estrella Galicia desde cualquier parte. Una sencilla aplicación gratuita que te mantendrá informado en tiempo real sobre los próximos conciertos del programa musical de tu marca de cerveza.



**1906
RED
VINTAGE**

La Colorada

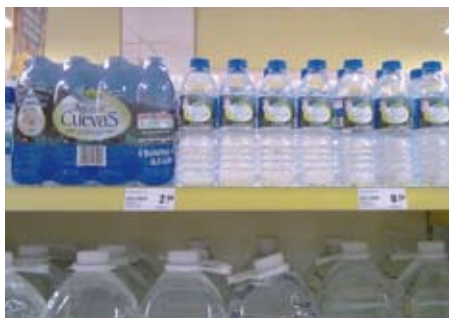


*Hay cosas que no
deberíamos perder.*

La Colorada



WWW.1906REDVINTAGE.ES



NOVEDADES EN EL CANAL DE ALIMENTACIÓN

Seguimos trabajando para que los consumidores puedan adquirir nuestros productos en pequeñas y grandes superficies comerciales de toda España. Así, por ejemplo, en los últimos meses, hemos introducido la nueva cerveza 1906 Red Vintage en los supermercados de Alcampo y El Corte Inglés a nivel nacional, y en las tiendas de la cadena Carrefour en Galicia.

En el caso de Cabreiroá, está de nuevo presente en la cadena de supermercados Lidl desde febrero en los formatos 1,5 L. y 2 L.; Magma de Cabreiroá llega a los lineales de los supermercados Alcampo de toda España y Agua de Cuevas, a las cadenas asturianas Alimerka y Mas y Mas en formato de 50 cl.

Por último, en el mes de diciembre, hemos empezado a trabajar con la cadena regional de supermercados Cabrero e Hijos, que posee 25 supermercados y 5 cash en Huesca con el nombre de Alto Aragón, y en los que ya se puede adquirir Estrella Galicia en formato lata de 33 cl. y 1906 Reserva Especial en agrupaciones de botellas de 25 cl. y 33 cl.



PANAMÁ

Con motivo del partido amistoso de fútbol que enfrentó a las selecciones de España y Panamá en noviembre, Custom Drinks realizó una edición especial de Lerele (25 cl.) a petición de uno de nuestros clientes para lanzar el producto durante la celebración de este encuentro deportivo. En total se realizaron 70.000 latas de sangría para comercializar en el canal de Alimentación.



RIVERA SHANGHAI REFORMA SUS INSTALACIONES

Éste es el resultado de la reforma de las oficinas de Rivera Shanghai. Desyomo se ha encargado del nuevo diseño de las instalaciones de nuestra filial en China. En el desarrollo de este proyecto se ha buscado adaptar las necesidades del personal de Rivera Shanghai a una nueva distribución del espacio, proporcionando frescura y modernidad al espacio de trabajo.

La filial de la compañía tiene su sede en uno de los centros de negocios más importantes de la ciudad, en pleno corazón de Shanghai, junto al ayuntamiento y a 10 minutos del Bund, uno de los paseos más famosos de la ciudad que transcurre a orillas del río.



NUEVO DISTRIBUIDOR EN REINO UNIDO

Hijos de Rivera formalizó el acuerdo de distribución de todas las cervezas de la compañía en Reino Unido con uno de los mayores importadores de bebidas en este país. Este nuevo distribuidor comercializa las marcas Estrella Galicia, 1906 Reserva Especial, Estrella Galicia 0,0, Shandy Estrella Galicia y Estrella Galicia Light en los canales de Alimentación y HORECA de todo el territorio nacional y en todos los formatos. Además, por primera vez, se comienza a exportar al país británico Estrella Galicia en barril para su consumo en los locales de Hostelería.

Hijos de Rivera da, así, un paso más en su apuesta por la internacionalización de sus productos a través de su alianza con uno de los importadores líderes del sector de bebidas en Reino Unido.

Estrella de Navidad sale de nuestras fronteras

Y qué mejor para inaugurar el reciente acuerdo que la llegada por primera vez de Estrella de Navidad 2012 al Reino Unido. Tan solo unos días después de su lanzamiento en España, la edición especial de cerveza con la que Estrella Galicia celebra estas fiestas navideñas ya se podía consumir en algunos locales de hostelería de todo el país. Así lo recogió The Grocer, una de las publicaciones más importantes del sector en Inglaterra, que se hizo eco de esta noticia.

Estrella festive beer makes its UK debut

A limited edition Christmas version from the Spanish Estrella brand is going on sale in the UK for the first time. Estrella Navidad is a 1,2% alc. brew with 10% made from hops grown at the company's Elías. It's a festive brew in Galicia. The special limited edition is available from all retailers. It has a festive Christmas label with a red and white design and a festive message that includes the perfect temperature for drinking. It's a festive brew in Galicia. The special limited edition is available from all retailers. It has a festive Christmas label with a red and white design and a festive message that includes the perfect temperature for drinking. It's a festive brew in Galicia. The special limited edition is available from all retailers. It has a festive Christmas label with a red and white design and a festive message that includes the perfect temperature for drinking.





TRAS LA FORMALIZACIÓN DE LA OPERACIÓN DE COMPRA POR PARTE DE RIVERA EUROPE TRADING COMPANY DEL 100% DEL CAPITAL DE BALEARIC BEVERAGES DISTRIBUTORS, IMPORTADOR PARA EL MERCADO USA DE LA GAMA DE PRODUCTOS DE LA CORPORACIÓN HIJOS DE RIVERA, SE HA INCORPORADO RECIENTEMENTE MATTHEW SZYMANSKI COMO MANAGING DIRECTOR EN DICHA COMPAÑÍA FILIAL.

BALEARIC, 100% RIVERA EUROPE

En su nuevo cargo, Matt se encargará de desarrollar los productos clave de la Corporación (cerveza, sidra, vino y agua) en el mercado estadounidense.

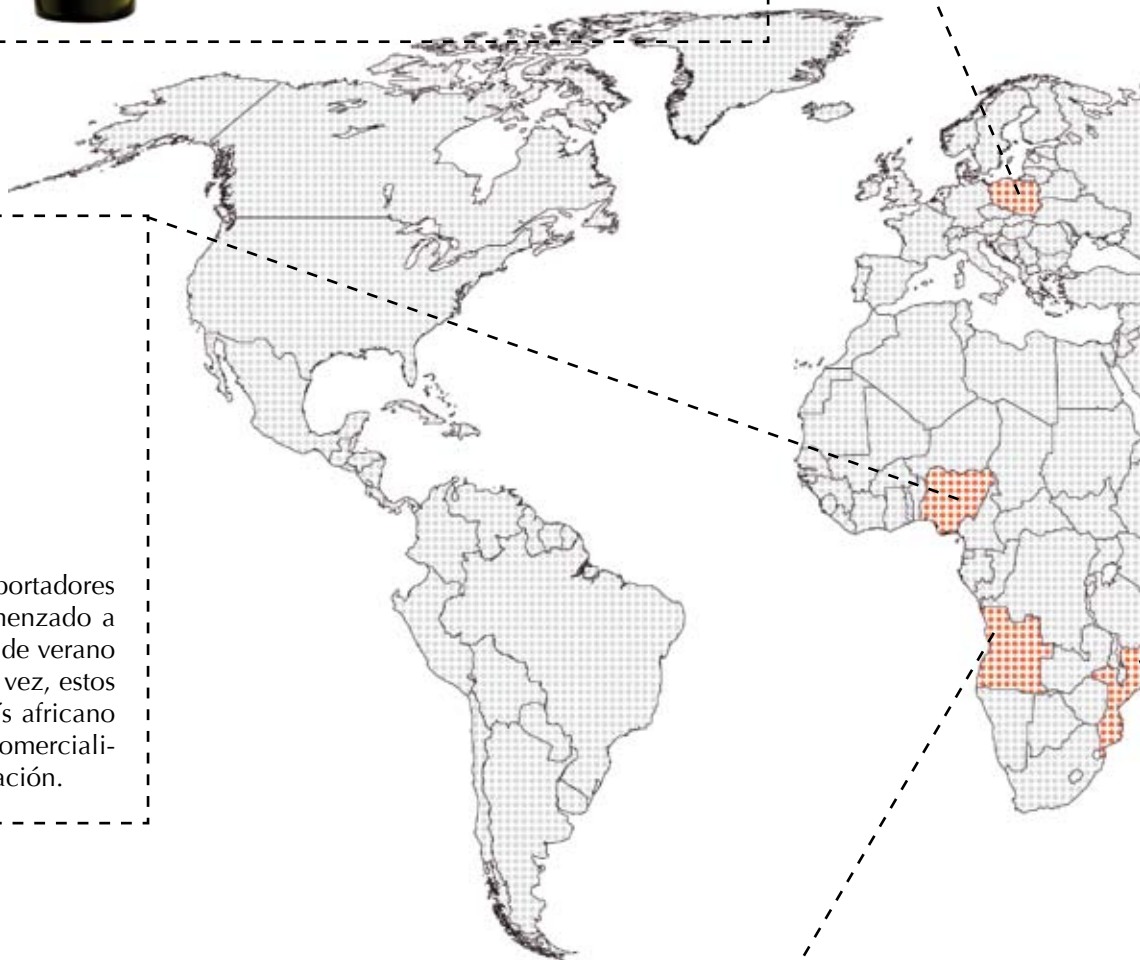
Matthew Szymanski, nuevo Managing Director

Matthew cuenta con una dilatada experiencia en la industria de bebidas. Trabajó durante más de 16 años para Brown-Forman (fabricante de Jack Daniel's, Southern Comfort, y otras bebidas alcohólicas y marcas de vino). En esta empresa trabajó tanto en el área de ventas como de finanzas. Los seis últimos años ayudó al establecimiento y desarrollo de los negocios de la compañía Brown-Forman, desde su sede en Estambul (Turquía) y Praga (República Checa), en los mercados emergentes de Europa Central y Oriental, Rusia y los países de la CEI, Oriente Medio y África. También posee experiencia en las industrias de servicios y banca tanto en Estados Unidos como en Francia. Estudió un MBA en Finanzas de la Universidad de Indiana, y continuará residiendo en el área de Washington, DC, donde tiene su base operativa nuestra Compañía.



POLONIA

Rivera Europe ha llegado a un acuerdo con un importador de vinos gourmet que tiene distribución propia en la zona de Gdansk para que comercialice todas las referencias de los vinos Ponte da Boga, la gama de Señorío do Couto y la sangría Lerele.



NIGERIA

Uno de los principales importadores de vino de Nigeria ha comenzado a trabajar con sangría y tinto de verano en lata, Lerele. Por primera vez, estos productos llegan a este país africano con el objetivo de que se comercialicen en el canal de Alimentación.

ANGOLA

Por primera vez, nuestras cervezas se podrán consumir en Angola, un mercado que cuenta con un gran potencial ya que tiene el consumo per cápita más alto del continente. Tanto Estrella Galicia como 1906 Reserva Especial están disponibles a partir de febrero en el canal de alimentación de este mercado africano. En el caso de Estrella Galicia en formato *mini* de 20 cl., botella de 33 cl. y lata de 50 cl.; y 1906 Reserva Especial llegará en formato botella de 33 cl.



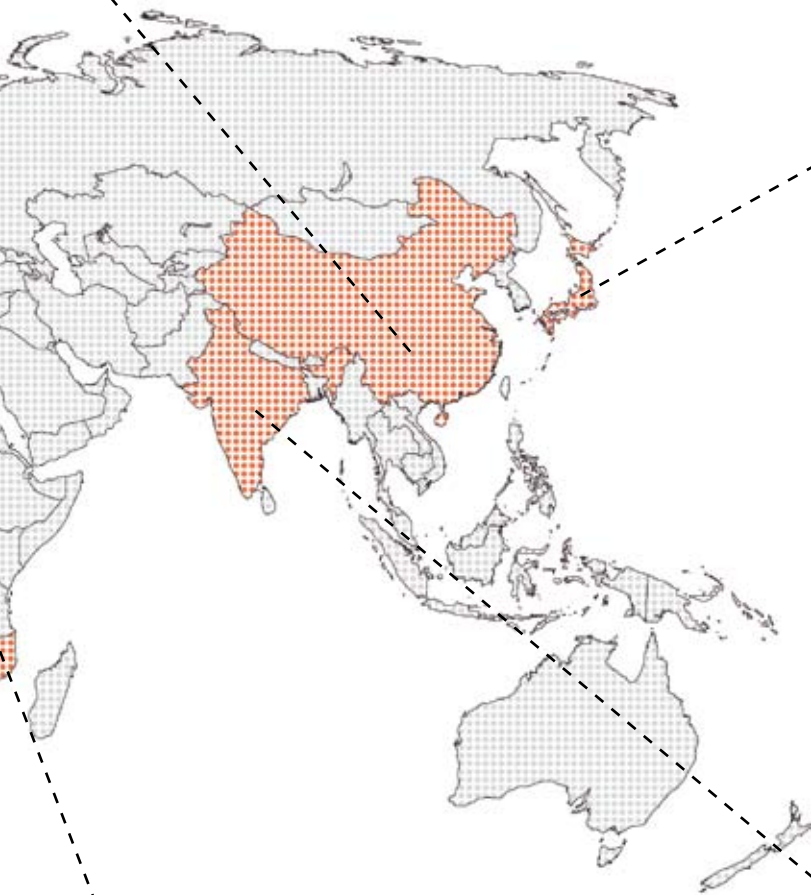


CHINA



Nuestras cervezas Estrella Galicia Especial 33 cl., Estrella Galicia 0,0 de 25 cl. y Shandy Estrella Galicia 25 cl. ya se pueden adquirir en los supermercados *gourmet*, CitySuper y Olé de Shanghai. En el canal de Alimentación también estamos presentes con algunos de nuestros productos en las cadenas Lotus y Bilt de Shanghai.

Dos hoteles de lujo como son el Four Seasons Hotel de Shaghai y el Grand Millenium Hotel Beijing han incorporado también algunas de nuestras marcas. En el primer caso el hotel de lujo Four Seasons de Pudong (Shanghai) ya dispone de Estrella Galicia 0,0 y en el caso del Grand Millenium ha incorporado nuestra agua Cabreiroá, sangría Lerele, vino Nerus y sidra Manzanova.



JAPÓN

De la mano de Rivera Japan, hemos entrado en nuevas cadenas de hipermercados del país nipón en los últimos meses. Es el caso de Ito-Yokado, mayorista del Grupo 7Eleven, donde se puede adquirir Estrella Galicia en formato de 33 cl. y Manzanova de 25 cl., en 20 de sus hipermercados. Y en el caso de AEON, Estrella Galicia está disponible en formato de 33 cl. y 25 cl. en 60 de sus establecimientos. Esto se completa con la presencia de la sangría Lerele en 360 tiendas de la cadena Three F, ubicadas en la zona metropolitana de Tokio.



MOZAMBIQUE

Por primera vez, los productos de Hijos de Rivera llegan a Mozambique. En Maputo, la capital, ya se puede consumir sangría Lerele (33 y 75 cl.), cerveza 1906 Reserva Especial (33 cl.), agua Magma de Cabreiroá (50 cl.) y Cabreiroá Única (25 cl.). Todos estos productos podrán adquirirse, principalmente, en el canal de Alimentación tradicional.



INDIA

Estrenamos importador en India, un país en el que ya estábamos presentes desde que el restaurante de Sergi Arola, que se encuentra en el JW Marriot, incluyó en su carta nuestras referencias de cerveza. Ahora, tanto Estrella Galicia como 1906 Reserva Especial en botella de 33 cl. podrán consumirse también en el canal de hostelería de la zona de Mumbai y Pune gracias a este acuerdo.



CALENDARIO SOLIDARIO 2013: LA FUNDACIÓN ADCOR CON EL DÉPOR



Corporación Hijos de Rivera colaboró, junto con el R.C. Deportivo de La Coruña, en la realización del Calendario Solidario 2013 de la Fundación Adcor que tenía como objetivo recaudar fondos para esta entidad benéfica. Los jugadores y el técnico del Dépor posaron para el fotógrafo Xurxo Lobato junto a algunas de las personas a las que presta servicio esta organización en una sesión muy distendida y entrañable que dio lugar a las imágenes que ilustraron el almanaque.

La Fundación Adcor es una organización sin ánimo de lucro dedicada a mejorar la vida de las personas adultas con discapacidad intelectual y sus familias mediante una atención integral personalizada de calidad contrastada. Para ello desarrolla sus actividades en distintos centros de la ciudad de A Coruña, y atiende a personas con discapacidad intelectual procedentes de toda la comunidad gallega.



6 TONELADAS DE ALIMENTOS EN LA SEGUNDA OPERACIÓN KILO-LITRO



Gracias a la implicación de todos, la segunda Operación Kilo-Litro desarrollada en los centros de trabajo de Corporación Hijos de Rivera fue de nuevo un éxito y logramos reunir más de 2 Toneladas de alimentos que se entregaron al Banco de Alimentos por Navidad. Por su parte, la compañía, tal y como se había comprometido, triplicó esta donación de forma que esta entidad benéfica recibió más de 6 Toneladas de alimentos que a su vez distribuyeron entre un gran número de instituciones de atención a los más desfavorecidos.

El equipo de voluntarios desarrolló una vez más una gran labor dedicando tiempo y esfuerzo a coordinar y gestionar la recogida y entrega de alimentos. Además, contamos con la importante colaboración del personal de Cabreiroá, Agua de Cuevas, Custom Drinks, Ponte da Boga y Desymo, así como de todas las Delegaciones Comerciales, que, además de sus importantes aportaciones a este proyecto, gestionaron de forma muy eficiente la logística de recogida y envío de las donaciones a la sede central.

‘LÍDERES EN CALIDAD’ POR NUESTRO COMPROMISO CON EL MEDIO AMBIENTE



Hijos de Rivera recibió el 8 de noviembre el Premio Líderes en Calidad en la categoría de Apuesta por el Medio Ambiente que concede la organización de Expourense en colaboración con la entidad Galicia Calidade. En palabras de los impulsores de esta iniciativa, Hijos de Rivera fue premiada por su destacada labor y el esfuerzo realizado por minimizar su huella medioambiental y promover políticas responsables con el medio ambiente.

Dicho compromiso de la empresa se ha hecho patente en los últimos años a través de la obtención de la principal certificación en medio ambiente, la Norma ISO 14001. Además, la organización ha sido verificada en el reglamento europeo EMAS, un esquema voluntario de gestión y auditoría ambiental promulgado por la Unión Europea que se ha convertido en un símbolo de gestión medioam-

biental moderna, transparente y participativa de las instalaciones y actividades englobadas en el alcance del sistema verificado.

El acto de entrega de premios se celebró el día 8 de noviembre en el recinto de Expourense, coincidiendo con el Día Mundial de la Calidad y enmarcado dentro de la Semana Europea de la Calidad 2012. Al acto acudieron los representantes de las entidades galardonadas que participaron con sendas ponencias sobre su gestión de la Calidad. Ana Gómez Palacios, Responsable de Control de Calidad y Medio Ambiente de la planta de cervezas de Hijos de Rivera, asistió a la entrega de premios y trasladó a los asistentes a través de una breve charla, la experiencia de nuestra compañía en el proceso de concienciación e implantación de políticas medioambientales.



La primera edición del Festival de la Luz ofreció la mejor música junto con propuestas innovadoras que fomentan el desarrollo socioeconómico del medio rural

EL FESTIVAL DE LA LUZ IMPULSÓ EL DESARROLLO DEL RURAL GALLEGO A TRAVÉS DEL MERCADO DE LA COSECHA

Cualquiera de las 6.000 personas que tuvieron la oportunidad de asistir el pasado 22 de septiembre al Festival de la Luz podrá confirmar de primera mano que se trata de un evento diferente, que va mucho más allá de la oferta que plantean habitualmente los festivales de música que se distribuyen a lo largo de nuestra geografía cada verano.

Si hay algo que caracterizó el Festival de la Luz es una atmósfera especial en la que confluyeron familias con niños con jóvenes festivaleros que se acercaron a Boimorto, al lado de la casa natal de Luz Casal, a disfrutar de un acontecimiento en el que se conjugó un cartel musical de primer nivel con una muestra de proyectos que apostaban por el desarrollo competitivo de Galicia y la sostenibilidad de su medio rural a través del Mercado de la Cosecha.

Compromiso con el rural gallego

El Mercado de la Cosecha logró aglutinar a algunas de las mayores empresas gallegas en torno a este proyecto impulsados por su firme compromiso con el entorno. La puesta en marcha corrió a cargo de ZircoZine, Luz Casal y Vega a través de Vega's Home Music, con el apoyo del Concello de Boimorto.

De este modo, fueron muchas las empresas gallegas que encontraron un escaparate para dar a conocer propuestas innovadoras que fomentan el desarrollo socioeconómico



mico del medio rural. Proyectos ligados a la gastronomía, el medio ambiente, la tecnología o la artesanía tuvieron cabida en este encuentro que buscaba divulgar ideas que apuestan por el futuro del agro gallego.

Entre ellos, nombres como Olei Aceite Gallego. María Estévez, su Directora General, señalaba que *“desde Olei queremos poner en valor todo lo que podemos ofrecer desde nuestra tierra, y nuestra apuesta es el compromiso con el rural desde la recuperación de la tradición, aportando la novedad tecnológica, desde la innovación.”*. Tampoco quiso faltar en este encuentro Facenda o Agro, una hacienda de ganado vacuno de raza Salers criado en régimen extensivo y alimentado sólo con forraje y cereales, al modo tradicional. Sus *“galeguesas”* triunfaron en el Festival como un producto único, sano y exquisito basado en un modelo sostenible que pone en valor el territorio. Por su parte, Marta Álvarez, responsable de Granxa Maruxa comentaba que *“La unión hace la fuerza, y la fuerza del campo y de las mujeres que lo trabajan es suficiente para mejorar un entorno demasiado*

explotado, consiguiendo que la tierra vuelva a lo suyo a través de una agricultura y ganadería ecológica que mejora los rendimientos y garantiza una alimentación segura”.

Luz Casal: “El Festival seguirá manteniéndose sobre tres pilares fundamentales: su carácter solidario, la variedad de estilos musicales y su compromiso con el agro gallego”.

Las compañías impulsoras del Festival de la Luz también expusieron sus proyectos enfocados a potenciar la sostenibilidad del rural. Es nuestro caso, divulgamos nuestros proyectos ligados a cultivos como el lúpulo, la cebada, la manzana o la uva a través de 3 espacios contenedor en los que poder ver y tocar de modo muy didáctico el resultado



del trabajo que se está llevando a cabo en nuestra compañía a favor del agro. Una estructura de lúpulo y una bañera repleta de manzanas que causaron sensación entre los más pequeños, completaron la exhibición de Corporación Hijos de Rivera.

Las actividades infantiles corrieron a cargo de WAHRLD. WAHRLD STREET fue una iniciativa dirigida a las familias y los más jóvenes, fuertemente vinculada a la naturaleza, el respeto por el ambiente y la difusión de hábitos saludables. Pensado para todos, incluía customización textil y talleres de pintura y fotografía, así como actividades culturales y juegos.

El temporal impidió la celebración del segundo día del Festival, programado para el domingo. Pese a todo, tanto por la asistencia como por el ambiente, la primera edición del Festival de la Luz se ratificó como un éxito rotundo.

Música de primer nivel

Y, por supuesto, la música fue un eje fundamental de este éxito. Con el eclecticismo como bandera, artistas de estilos dispares acompañaron toda la jornada hasta la madrugada. El escenario Son Estrella Galicia, situado en el centro del propio mercado, fue el centro de actividad durante la mañana y parte de la tarde con conciertos acústicos de Soledad Vélez, Lorena Álvarez y Su Banda Municipal, Alondra Bentley, Davile Matellán o El Viejo Caracol.

Además, por el Escenario de la Luz pasaron el sábado Vega, Iván Ferreiro, Di Elas, Luar na Lubre, Eladio y los Seres Queridos, Mäbu, Eme Dj, Riff Raff e Ith. Y, como no, Luz Casal que visiblemente emocionada y ante un público

entregado agradeció el apoyo de todos los que hicieron posible una jornada mágica, un sueño que siempre había deseado cumplir.

La cancelación del domingo nos impidió disfrutar de artistas como Rosendo, Dover, Christina Rosenvinge, Anni B Sweet, Boat Beam, Jane Joyd o Stereotipos.

Vocación solidaria

En línea con el carácter comprometido del Festival de la Luz, la recaudación de las entradas se destinó a una causa solidaria: la Asociación Española Contra el Cáncer (AECC) de Galicia. El pasado 27 de diciembre, los promotores del Festival con la propia Luz Casal al frente hicieron entrega en un acto público de lo recaudado a esta entidad benéfica, un total de 43.279,22 euros. En este acto, los impulsores del festival confirmaron que habrá una segunda edición, Cosecha 2013.



PONTE DA BOGA

EXPRESIÓN ROMÁNICA

ESTE VINO SE HA ELABORADO SIGUIENDO
LOS VALORES BÁSICOS REPRESENTATIVOS DEL ROMÁNICO.
ELABORADO CON UN GRAN EQUILIBRIO
Y ELEGANCIA EN LA COMBINACIÓN DE SUS UVAS,
SENTIDO DE LA SIMETRÍA Y ORDEN.

EDICIÓN LIMITADA

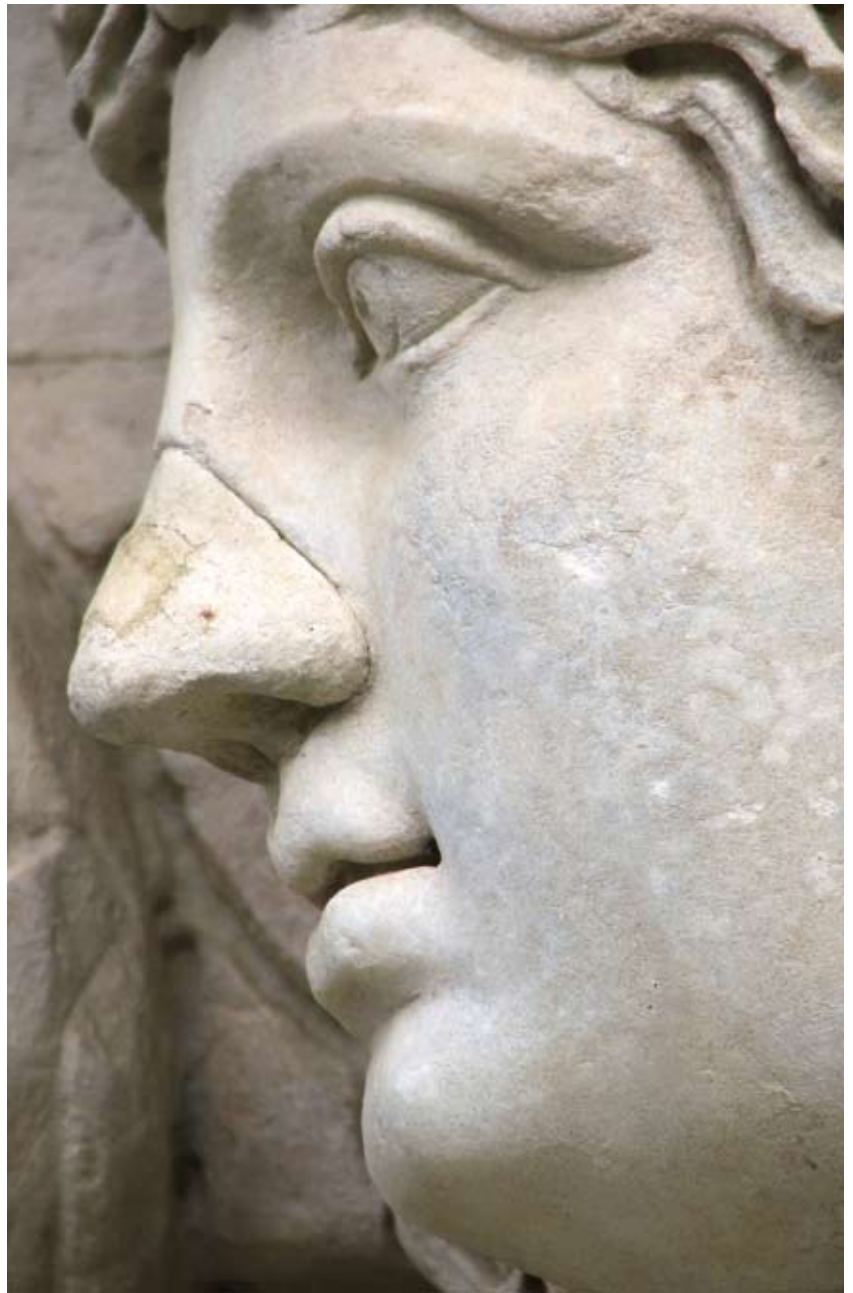


HIJOS DE RIVERA ES PATROCINADOR OFICIAL DE LA CONMEMORACIÓN DEL OCHOCIENTOS ANIVERSARIO DE LA CONSAGRACIÓN DE LA CATEDRAL DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

800
añive
rsario
CATEDRAL de
SANTIAGO

Ponte da Boga
A DEGA

ADEGA PONTE DA BOGA, S.L.
Couto-Sampaio, Castro Caldelas, Ourense, España Tfno.: 988 20 33 06
www.pontedaboga.es



NOCIONES PARA UNA CATA OLFATIVA



JOSÉ LUIS OLMEDO
GESTOR DE PROYECTOS DE INNOVACIÓN
MAESTRO CERVECERO

A través de este artículo continuaremos dando pistas clave para realizar una correcta cata de cerveza.

Algunos neurocientíficos afirman que de entre nuestros cinco sentidos, el olfato es quizás el más poderoso. El sentido del olfato nos lleva directamente a las partes más primitivas del cerebro, evocando placer, aversión, reconocimiento y recuerdos. Un aroma fuerte puede transportar nuestra mente directamente al pasado, tanto en años o incluso décadas, a un sitio particular o a un momento. La mayoría de lo que nosotros pensamos que es relativo a nuestro sentido del gusto es en realidad, perteneciente al sentido del olfato.

En la detección de aromas están implicados receptores sensoriales ubicados en la nariz que son estimulados por compuestos volátiles que están en el aire que respiramos. La nariz identifica aromas tanto fuera de la boca, como dentro de la boca (retronasales). Por ello, si queremos hacer un análisis sensorial completo hay que tragar la muestra para detectar mejor los retronasales.

Así, para valorar adecuadamente una cerveza debemos seguir los siguientes pasos:

1° Olerla a una distancia de unos 50 cm, es decir, a cierta distancia. Esto es necesario para notar si ya se aprecian aromas de la cerveza por encima de los predominantes de la sala donde estemos.

2° Realizar dos inspiraciones cortas de un segundo desde el borde del vaso.

3° Realizar una inspiración larga de más de 2 segundos desde el borde del vaso.

4° Concentrar los aromas tapando el vaso con la mano y agitando levemente (sin mojar la mano). Después destapar y realizar una inspiración larga.

Por regla general, cada aroma que podemos encontrar en una cerveza tiene una manera específica de detectarse. Así, con estos 4 pasos cubriremos todas las formas posibles.

En cuanto al aroma de una cerveza, no más de 100 compuestos pueden llegar a la vez a nuestro sentido del olfato y nadie puede oler todos los aromas con la misma sutileza. Todos nos diferenciamos en lo sensibles que somos ante diferentes aromas. Se dice que una persona de cada 30 es incapaz de oler un determinado compuesto a una concentración que el resto de la gente lo puede percibir normalmente.

En primer lugar, el *bouquet* característico lo proporciona en parte la variedad del grano. Por ejemplo, el olor a cereal crudo es propio de cervezas de trigo, avena o arroz.

También influyen en el aroma la intensidad del tueste de la malta, que nos lleva desde el sutil aroma a cereal de las maltas poco tostadas, al más fuerte de las maltas caramelizadas, pasando por los matices a regaliz o a café de las maltas torrefactadas u otros como a pan, toffee, galletas, o ahumados.

El aroma se encuentra también en relación con la variedad, cantidad y dosificación del lúpulo durante el proceso

cervecero. Los aceites esenciales del lúpulo serán los encargados de transmitir los aromas a la cerveza. Al haber tal cantidad de variedades y orígenes, los aromas procedentes del lúpulo son innumerables. Así, algunas variedades aportan aromas más florales, otras herbales o incluso especiados; está en la mano del cervecero el calcular durante el diseño de la receta la cantidad a aportar e incluso el momento, puesto que si el lúpulo (que se añade en la caldera de ebullición) lo dosificamos al principio de la misma aportará más amargor que aromas, pero si lo hacemos al final de esa fase, el mosto presentará una intensidad de aromas mayor.

Hoy en día está volviendo a ponerse de moda una antigua técnica cervecera para impartir una fuerte nota lúpulo en las cervezas que es el "dry hopping" ya usado por los monjes cerveceros medievales. Se trata de añadir lúpulo en el tanque de maduración de la cerveza para que ésta absorba completamente los matices de la variedad de lúpulo en cuestión.

El tipo de fermentación también determinará el aroma de una cerveza, así las de fermentación alta tienen aromas más intensos, complejos y afrutados que las de fermentación baja, y en ella se percibe con mayor fuerza la esencia característica de la levadura.

Entre los compuestos que se producen durante la fermentación del mosto están los ésteres que son los que aportan más matices a la cerveza. Así pueden impartir aromas a: manzana, geranio, pera, plátano, piña, rosas, etc. Es la mezcla de estos ésteres con otros compuestos volátiles los que determinan los aromas defectuosos que pueden encontrarse en algunas cervezas, como por ejemplo los sulfurosos que pueden dar aromas a huevos podridos, cebolla, vegetales cocidos, ajo o patatas cocidas.

Y para terminar y como enlace con el próximo artículo, no podemos dejar de lado lo unidas que van la fase olfativa y la gustativa puesto que ¿se han dado cuenta de cómo cambia de sabor una cerveza si la bebemos tapándonos la nariz?



COMUNICAR TU PRODUCTO ESTRELLA



ROSA BOTAS CAL
DEPARTAMENTO DE RECURSOS HUMANOS
ÁREA DE MERCADO

Es difícil hablar de la importancia de la comunicación sin resultar repetitivo. Parece que cuando nos hablan de por qué es trascendental una buena comunicación para un buen clima laboral, todo “cae de cajón” y todo es sentido común.

Pero lo cierto es que en nuestro día a día y, en particular, a nivel profesional, nos quejamos habitualmente de la mala comunicación con los jefes, con los compañeros, con los clientes... Muchas veces, incluso, aludimos a la falta de comunicación como la causa de errores, de conflictos, de malos entendidos. Todos parecemos saber la teoría, pero nadie, o muy pocos, la ponemos en práctica.

Esto es el resultado de unos hábitos que hemos adquirido durante nuestra trayectoria personal y profesional, que se han visto incrementados o silenciados, por las culturas que nos rodean, sociales u organizacionales. Y hace que, muchas veces, sintamos que es mejor no comunicarnos de manera directa, clara o sincera, por miedo, por desconfianza hacia el otro, o por costumbre...

En el caso de la relación Proveedor / Cliente, cuidar nuestra comunicación es fundamental. En este ámbito no sólo transmitimos nuestra imagen como profesionales, sino como Compañía y como Organización. No sólo el mensaje debe ser común y alineado, sino que la forma de comunicar debe reflejar además nuestra cultura y nuestra forma de hacer las cosas.

Formación de habilidades comunicativas

Tras detectar en los resultados de la encuesta de clima que la comunicación contaba con un importante potencial de desarrollo en toda la organización, se tomó la decisión de poner en marcha una acción formativa destinada a mejorar las competencias y habilidades comunicativas de los gestores/as comerciales.

Contando con la colaboración de una formadora experta, Edite Amorim, Thinking-big, y por medio de dinámicas, ejercicios prácticos o ejemplos cotidianos, los gestores comerciales del canal HORECA recibieron una formación teórico-práctica que pretendía ahondar, conocer y autoevaluar las habilidades de comunicación de cada participante para que cada uno de ellos pudiese hacer una reflexión sobre los aspectos que puede mejorar en el desarrollo de su trabajo diario.

El curso abordaba ámbitos diversos, como la importancia de la comunicación en las relaciones comerciales y de venta; los aspectos y el peso de la comunicación no verbal; y la relevancia de la empatía y de la comunicación positiva.

Los resultados de esta formación fueron muy positivos. En palabras de algunos de los participantes:



Pablo Freire
Gestor Comercial de A Coruña.

“La vertiente práctica de la formación ha sido positiva. En mi caso, me ha ayudado en el trato directo con el cliente, fundamentalmente en aspectos en los que no solemos reparar en el día a día: la importancia del contacto visual, el tono de voz, y, sobre todo, la adaptación en el estilo de comunicación según el cliente a tratar. La combinación de la naturalidad de cada uno con los aspectos prácticos de esta formación dan un valor fundamental a la importancia de la comunicación en nuestras relaciones comerciales de hoy en día.”



Mar Gómez
Gestora Comercial de Pontevedra.

“Este curso ha sido muy útil a la hora de saber interpretar y tener más datos en las relaciones personales y profesionales. Estas relaciones se vuelven más fluidas en todos los niveles porque, al comprender al otro, se genera una mayor empatía. Por ejemplo, cuando ves a un cliente con una posición defensiva, cambia tu percepción y en lugar de interpretarlo como una amenaza, percibes su vulnerabilidad, te genera

una respuesta positiva que él no espera y de esa manera un dominio de la situación, y sin lugar a dudas, una relación comercial más fructífera.”



Ángel Núñez
Gestor Comercial de Cataluña

“Esta formación nos hizo pararnos a analizar y prestar más atención a cosas que después de tantos años en el mundo comercial ya intuyes. Cosas que vemos en el día a día pero que no nos paramos a reflexionar sobre ellas ni qué significan. Alguna vez hablando con el cliente me he dado cuenta de algunos aspectos que se mencionaron en el curso”

Algunas líneas básicas a tener en cuenta

De la formación que se impartió, nos podemos quedar con algunos consejos que nos sirven a nivel personal y profesional

1. Bases de la comunicación

Si entendemos que la comunicación es un puente, debemos ser conscientes de que cada uno de nosotros tenemos que hacer nuestra parte del recorrido. A la hora de que comunicarnos, es importante que adoptemos una postura asertiva, y evitemos la comunicación pasiva o agresiva. Y, como norma general, pararse y reflexionar antes de hablar intentando no perder la naturalidad.

2. La comunicación no verbal

Se dice que alrededor del 80% de la comunicación es no verbal. En ese sentido, es necesario que nos conozcamos a nosotros mismos y que estemos atentos a lo que comunicamos sin palabras. Debemos de ser conscientes de lo que puede transmitir una mirada, la propia imagen o la postura corporal. Los gestos son muy importantes y ayudan a enfatizar la comunicación, pero debemos respetar siempre el espacio del otro.

3. La actitud en comunicación

Es fundamental la actitud que mostramos a la hora de comunicarnos con los demás. Mostrar empatía, tener presente que la tuya es sólo una manera de ver las cosas, contagiar actitud positiva y la humildad y receptividad a la hora de aprender de los demás, son claves para que exista una comunicación productiva y se establezcan unas buenas bases de comunicación en el futuro.



Agua
Oficial de
la Selección
Española
de Fútbol



NOS VEMOS EN BRASIL

SIEMPRE HAY ALGO
NUEVO POR VIVIR.

Agua
Mineral
Natural
de Galicia

CABREIROÁ
CUÁNTA VIDA POR BEBER





LEO HARLEM

Leonardo González Féliz (Matarrosa de Sil, León, 1962) más conocido como Leo Harlem, es, sin duda, uno de los mejores cómicos de este país. Afincado desde muy temprana edad en Valladolid, tomó su nombre artístico del bar de la capital vallisoletana donde trabajaba en tiempos en los que poco podía pensar en terminar encima de un escenario.

Una broma pesada de sus amigos dio un vuelco radical a su vida, y le colocó en la gran final del 3er Certamen de Monólogos de "El Club de la Comedia", donde descubrió que podía ser rentable eso de vivir haciendo reír a los demás.

Ha participado en programas de Tv como "El Club de la Comedia", "La hora de José Mota", "El Club del Chiste" o "Sé lo que hicisteis" y ha colaborado en el programa "Radio Estadio" de Onda Cero. Desde hace varios años es miembro de "Cómicos, algo más que los mejores monólogos".

Hoy en día es uno de los artistas más demandados en todo tipo de eventos donde representa sus mejores monólogos o colabora como presentador o maestro de ceremonias. Sus amigos dicen de él que es un guionista de todo, pues refleja esas pequeñas cosas de la vida en cada una de sus actuaciones de un modo sorprendente, único e inimitable.

EMOCIÓN EN LOS CIRCUITOS

Marc Márquez se alza con el título de Campeón del Mundo de Moto 2.



La recta final de la temporada del Mundial de Motociclismo no ha podido ser más emocionante. Los pilotos de Estrella Galicia 0,0 han concluido un año inmejorable en el que cada carrera se convirtió en una fiesta para nuestra marca y los aficionados a las dos ruedas.

La última carrera de Márquez en Valencia fue un símbolo del talento de nuestro piloto. Partiendo desde la última plaza, logró adelantar a todos y cada uno de sus rivales alzándose con la victoria en la recta de meta. Una remontada espectacular a la altura de todo un Campeón del Mundo de Moto 2 que promete seguir dándonos muchas alegrías en los circuitos.

El equipo Estrella Galicia 0,0 en Moto 3 también cerró una temporada llena de momentos muy emocionantes. Alex Rins y Miguel Oliveira nos dieron grandes alegrías subiéndose al podio y algunos sustos sobre la moto. Mucho talento y pasión por este deporte que, como broche final, nos regaló el galar-

dón a Rins como Rookie del Año en la categoría de Moto 3. Además, el Campeonato de España de Velocidad nos encumbró a lo más alto del podio. Alex Márquez del equipo Estrella Galicia 0,0 no sólo se coronó como indiscutible Campeón sino que dio muestras de la gran carrera que tiene por delante en sus incursiones en el Mundial.

En 2013 ascendemos a MotoGP de la mano de Dani Pedrosa y Marc Márquez dentro de uno de los equipos más laureados de la historia.

Estrella Galicia 0,0 es la cerveza oficial de Moto GP esta temporada.



Y en 2013, más y mejor

En la temporada que comienza, Estrella Galicia 0,0 da un importante paso adelante en su apuesta por el mundo del motociclismo ascendiendo a la categoría reina de los circuitos a través del patrocinio del Repsol Honda Team, el más laureado de la historia de MotoGP desde su entrada en la categoría. En este equipo han competido pilotos de la categoría de Freddie Spencer, Mick Doohan, Alex Crivillé o Casey Stoner. Este año, la pareja de pilotos estará formada por dos españoles: Dani Pedrosa y el debutante Marc Márquez, presentándose como la más ilusionante del mundial.

Ésta es la tercera temporada en la que estamos presentes en los circuitos, siempre al lado de Marc Márquez y ahora también con Dani Pedrosa. Ahora seguimos a su lado en su ascenso a la máxima categoría del motociclismo. Y lo hacemos en un equipo de lujo que cuenta entre sus filas con Dani Pedrosa, que se incorpora así al proyecto de Estrella Galicia 0,0 en el mundo del motociclismo. El vigente subcampeón del mundo de Moto GP

EL GRAN CIRCO DEL Paddock



YAGO CAMPOS
BRAND MANAGER DE
ESTRELLA GALICIA 0,0

El Circo del Siglo XXI es como también se conoce al Mundial de MotoGP. No es un símil descabellado, incluso desde sus orígenes, cuando valientes motoristas ingleses se lanzaban en caravanas, a modo de circo ambulante, a recorrer Europa en busca de circuitos en los que retarse.

Muchas vueltas después, cada Gran Premio supone, tras la última bandera a cuadros, almacenar el material de equipos y televisión, hospitality..., y enviarlo al próximo destino, usando camiones en las carreras europeas, o, en el caso de las transoceánicas, en inmensas cajas que vuelan en varios Boeing 747. Lo mismo ocurre con las personas, desde pilotos y técnicos, hasta periodistas o cámaras, recorriendo el mundo sin tiempo para la morriña.

Y en este espectáculo, protagonizado por motos valoradas en millones, Hijos de Rivera ha sido recibida con los brazos abiertos. Porque en un mundo decidido por décimas de segundo, se refleja que el éxito es fruto del trabajo en equipo. Y lo hace a través de la Estrella Galicia que técnicos y mecánicos disfrutan juntos tras un largo día, o de una Magma de Cabreiroá ofrecida a la organización y que facilita la entrega de neumáticos con más cariño y tiempo a nuestras motos. Así, uno comprende que conservando sus propios valores es más fácil encajar, hasta en un circo como éste.



cuenta ya con una larga trayectoria de éxitos en los circuitos en diferentes cilindradas y en 2013 tiene mucho que decir sobre su moto.

De este modo, Estrella Galicia se convierte además en la cerveza oficial del *hospitality* de la escudería HRC, el más popular del *paddock*, durante todas las pruebas del mundial, a la que acompañarán el resto de productos de la compañía.

El equipo Estrella Galicia 0,0 rueda en Moto 3

Y continuamos con el proyecto en Moto 3 de la mano de dos pilotos que sin duda darán mucho que hablar en los circuitos esta temporada: Alex Rins y Alex Márquez. Después de ser reconocido como novato del año, Rins demostrará la experiencia adquirida en la categoría para seguir creciendo como piloto. Y Márquez, con el respaldo que le da ser el vigente Campeón de España, está dispuesto a dar muchas sorpresas en su debut en el Mundial. Un equipo ganador capitaneado por Emilio Alzamora de Monlau Competición en el que Estrella Galicia 0,0 ha volcado toda su confianza.

El equipo Estrella Galicia 0,0 de Moto 3 cuenta con Alex Rins y Alex Márquez en sus filas.

Álex Rins, galardonado como Rookie del Año 2012 en la categoría de Moto3.

Cerveza oficial de Moto GP

Y, por si fuera poco, Estrella Galicia 0,0 es la cerveza oficial de Moto GP esta temporada. Un nuevo paso adelante en la asociación de la marca con el mundo del motociclismo que nos permitirá disfrutar más y mejor de los circuitos y comunicar esta vinculación en todos los soportes.

SORTEO HONDA CBR 600



Estrella Galicia 0,0 entregó el premio de su concurso "estrella" de la temporada, la Moto Honda CBR 600 rr el día 20 de diciembre de 2012 a Jesús García de Dios, cliente de Lleida, que la recogió en la sede del equipo Monlau Competición. Jesús fue el ganador del sorteo que la marca en el que los consumidores tenían que canjear los códigos de producto para llevarse numerosos premios como esta réplica de la moto de Marc Márquez.

CABREIROÁ, AGUA OFICIAL DE LA SELECCIÓN ESPAÑOLA DE FÚTBOL

CABREIROÁ DA UN PASO DE GIGANTE EN SU POSICIONAMIENTO A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL CONVIRTIÉNDOSE EN EL AGUA OFICIAL DE LA SELECCIÓN ESPAÑOLA DE FÚTBOL.



Los Campeones del Mundo y de la Eurocopa encarnan los valores del nuevo posicionamiento de Cabreiroá

Al menos durante los próximos dos años, hasta después del próximo Mundial de Brasil, Cabreiroá acompañará gran parte de las apariciones públicas del equipo e incorporará la imagen de sus jugadores a los envases, convirtiendo esta vinculación con los Campeones del Mundo y de Europa en un gran eje de comunicación de la marca. La Selección Española de Fútbol representa como nadie valores como el talento, el esfuerzo y la humildad, que encajan a la perfección en la filosofía que transmite la marca de agua de Hijos de Rivera.

Edición Limitada de botellas

Como primer paso para conmemorar esta asociación con la Selección Española, Cabreiroá lanzó en octubre una edición limitada de botellas en honor al equipo que, bajo el

lema "Con esfuerzo y humildad se construyen los mejores sueños" rinde homenaje a la filosofía que ha llevado a nuestros campeones hacia el triunfo. Esta edición especial, de la que sólo se han producido 2.000 unidades, se comercializa a través de la web de la marca www.cabreiroa.es.

Nueva imagen PET

Dos meses después de que se convirtiera en el agua oficial del equipo de fútbol nacional, Cabreiroá lanzó un nuevo PET con un diseño fresco y moderno en el que aparecen algunos de los principales jugadores de la Selección Española de Fútbol. "Cuánta vida por beber" es el nuevo claim que acompaña a los cinco representantes de La Roja en esta botella, en el mercado desde la primera semana de enero.



LICEO, CAMPEÓN DE LA COPA CONTINENTAL

EL DÍA 18 DE DICIEMBRE, EL CAMPEÓN DE LA LIGA EUROPEA, EL HOCKEY CLUB LICEO DE A CORUÑA CONQUISTÓ SU SEXTA COPA CONTINENTAL FRENTE AL CAMPEÓN DE LA COPA CERS, EL BASSANO DE ITALIA, EN EL PALACIO DE LOS DEPORTES DE RIAZOR.



El equipo de dirige Carlos Gil logró esta victoria en la tanda de penaltis por un 8-3 (6-2 al final del tiempo reglamentario y la prórroga, y 2-1 en la tanda de penaltis), alzándose con el título europeo por quinto año consecutivo.

El Bassano llegó a Riazor con un cómodo 5-1 a favor, logrado en el partido de ida en Italia y se encontró con un Liceo ofensivo que no cejó en su empeño por adjudicarse la victoria. Tanto fue así que al comienzo de la segunda parte, el equipo herculino ya tenía la victoria en el bolsillo (5-0). El Bassano sorprendió con dos goles y el local remató con un último tanto que llevó a ambos equipos a una prórroga sin goles. La tanda de penaltis se resolvió por 2-1 finalmente a favor del Liceo.



XIV MEMORIAL MONCHO RIVERA

COMO CADA AÑO, ASISTIMOS AL TORNEO VICTORIA C.F.-MEMORIAL MONCHO RIVERA QUE CELEBRÓ LOS DÍAS 1, 8 Y 12 DE SEPTIEMBRE SU ÚLTIMA EDICIÓN.



Este campeonato, que rinde homenaje a la figura de Moncho Rivera, cumplió en 2012 su decimocuarta edición con el anual torneo de fútbol en el que participan las diferentes categorías del club coruñés frente a otros equipos de la ciudad y de la comunidad gallega.

El Victoria C.F. celebró su anual torneo de fútbol con el objeto de recaudar fondos para la Cocina Económica de A Coruña. Por este motivo, además del propio torneo, se celebraron otras actividades paralelas a favor de la entidad benéfica que presta servicio a las personas más desfavorecidas de la ciudad.

El torneo comenzó el día 1 de septiembre con los partidos de la categoría cadete entre el Victoria y Portuarios así como entre el Victoria B y el Racing de Ferrol en el campo Víctor Fernández Alonso (Leyma). El segundo día de competición, se jugaron los partidos de la división femenina entre el Victoria y el Cultural Mañóns, y entre el Mandiá y el Meirás.

Por último, el miércoles 12 de septiembre, se celebró la jornada de clausura del Memorial con los encuentros de la categoría infantil. El partido de exhibición entre las escuelas del Victoria CF inauguró el acto en el campo de fútbol del polígono de A Grela, y más tarde tuvo lugar el encuentro amistoso entre el equipo sénior del Victoria C.F. frente al club de Tercera División, Racing de Ferrol. Al finalizar el partido, el Consejero Delegado de Hijos de Rivera S.A.U., Ignacio Rivera hizo entrega del premio a los vencedores así como la aportación de la empresa a la Cocina Económica.

**CABREIROÁ
PANTÍN
CLASSIC
PRO**

CABREIROÁ PANTÍN CLASSIC

LA 25ª EDICIÓN DE CABREIROÁ PANTÍN CLASSIC TUVO LUGAR ENTRE EL 12 Y EL 16 DE SEPTIEMBRE EN LA PLAYA DE PANTÍN (FERROL).



La veinticinco edición de esta prueba del Campeonato del Mundo de Surf de la ASP (Asociación de Surf Profesional), que por segundo año consecutivo contó con la presencia de Cabreiroá como sponsor principal, batió récord de inscritos con 115 chicos y 60 chicas. En ella se proclamaron campeones los surfistas Marlon Lipke, en la categoría masculina, y Sage Erickson, en la femenina.

Parece que el número 25 causó efecto entre los surfistas profesionales: por primera vez en años se llenó el cupo de inscritos. A más de dos semanas para el comienzo del campeonato, la ASP se vio obligada a cerrar las listas por overbooking de participantes. Todo hacía esperar que sería un gran aniversario del Cabreiroá Pantín Classic cuando a escasos días de su puesta en marcha se esperaba que la 'factoría de olas' estuviese funcionando a pleno rendimiento.

La participación en la edición de las Bodas de Plata fue de auténtico lujo. Entre los inscritos, además de varios de los primeros surfistas del ranking mundial, tanto en categoría masculina como en femenina, estuvieron los españoles Gony Zubizarreta, Aritz Aranburu o Jonathan González. Junto a ellos, destacaba la presencia de las surfistas españolas, Yolanda Rodríguez y Erika Franco.

SEMANA DEL ATLÁNTICO

EN EL MES DE OCTUBRE SE CELEBRÓ EN AGUAS DE LA RÍA DE VIGO, LA SEMANA DEL ATLÁNTICO, UN REFERENTE DE LA VELA LIGERA EN LA PENÍNSULA IBÉRICA EN LO QUE AL OTOÑO SE REFIERE.



La competición se repartió en tres ciclos: en el primero de ellos competían las clases internacionales snipe, 420 y vaurien, en el segundo se celebró la competición Cabreiroá European Laser Cup de las clases olímpicas de esta especialidad, y como cierre, en el tercer ciclo, tuvo lugar el Meeting Internacional Pescanova de Optimist que está considerada la prueba más importante de esta clase infantil-cadete a nivel continental.



AL SON QUE HEMOS BAILADO

SON ESTRELLA GALICIA PRESENTÓ EN SEPTIEMBRE UNA NUEVA PROGRAMACIÓN DE CONCIERTOS PARA COMBATIR LA VUELTA AL TRABAJO CON RITMO Y MEJOR HUMOR.

Una programación que incluía la gira conjunta de Ted Leo y Rebecca Gates en el Café Berlín, la presencia de Christina Rosenvinge, el folk oscuro de Sharon Van Etten, la portentosa y cálida voz de la canadiense Basia Bulat, el regreso de Vega y su gira "La Cuenta Atrás" y el country de Sonny and The Sunsets. Sólo un anticipo de lo que nos esperaba con la programación de un nuevo otoño SON Estrella Galicia.

En octubre, arrancamos con los conciertos en salas y teatros. Fanfarlo y Tindersticks volvieron a visitar España tras su paso en el mes de junio por algunos festivales. Los primeros ofrecieron un concierto de calidad en el mítico teatro madrileño, mientras que Tindersticks lo hizo en el Centro Cultural Ágora de A Coruña el 20 de octubre.



Los últimos meses, disfrutamos con la música de Christina Rosenvinge, El Hijo, Saint Etienne, Craig Finn, Patterson Hood, Will Johnson o Les Amics de les Arts dentro del ciclo SON Estrella Galicia

También hubo espacio durante este mes para los artistas nacionales. La cantante cordobesa Vega inició la segunda parte de su gira "La cuenta atrás, SON Estrella Galicia" por distintos puntos de la geografía española. El Hijo presentó en directo su tercer LP "Movimientos" en el Teatro Lara de Madrid y Jane Joyd, una de las propuestas con más potencial del panorama independiente, cerró este mes con un concierto el día 24 en el Berlín Café de Madrid y otro el día 26 en la Sala Porta Caeli de Valladolid.

Con la llegada del invierno, para combatir el tiempo frío y lluvioso, SON Estrella Galicia nos ofreció la gira de The Wave Pictures en A Coruña, Vigo y Madrid, ciudades en las que aterrizaron estos frenéticos británicos con su pop lo-fi. El 7 de noviembre nos acer-

camos al Teatro Lara para disfrutar de una noche de rock'n'roll de la mano de Craig Finn, Patterson Hood & Will Johnson y por último, pero no por ello menos importante, los míticos Saint Etienne, que nos deleitaron con su pop electrónico también en el teatro madrileño en dos fechas señaladas (14 y 15 de noviembre).

Cerramos el último mes del año con Els Amics de les Arts, uno de los mejores grupos catalanes del momento, que vinieron a presentar su último disco el día 12 de diciembre al Teatro Lara. El día 19 fue el turno de la original propuesta de Lorena Álvarez y su Banda Municipal, reivindicadores de la tradición popular con música folclórica y desde el punto de vista del siglo XXI.



Por último, como colofón para terminar el año, asistimos al concierto de uno de los grupos estadounidenses más representativos del rock alternativo de los 80s, Meat Puppets, que nos presentaron los temas de su esperado nuevo disco el día 21 de diciembre en A Coruña.

En 2013...

SON Estrella Galicia empezó con ganas este nuevo año, y sólo hace falta echarle un vistazo a la agenda de conciertos para darse cuenta de lo que estamos hablando: más de una decena de artistas y bandas que nos han hecho disfrutar en los primeros compases del año.

Patrick Wolf inauguró la nueva temporada el 29 de enero en el Teatro Lara, presentando su nuevo trabajo 'Sundark and

Riverlight'. Una cita en la que pudimos disfrutar del inglés en estado puro. Wolf dio paso a los británicos Veronica Falls a los que esperábamos con verdadero anhelo e ilusión. Se subieron al escenario del Lara el día 1 de febrero, para presentarnos su álbum de debut homónimo.

Otras bandas, en cambio, nos visitaron para celebrar el veinte aniversario de su primer trabajo. Como en el caso de Spin Doctors, que llegaron a Madrid el 7 de febrero desde Nueva York, para tocar los grandes éxitos de su ya aclamado disco "Pocket full of Kryptonite".

Mark Eitzel, el líder de la banda American Music Club, aterrizó en España para dar un concierto en el madrileño Café Berlín el 10 de febrero. Considerado uno de los compositores ame-

ricanos con más idiosincrasia de su generación, Eitzel presentó su último trabajo, "Don't be a stranger".

SON Estrella Galicia también acompaña en este año a artistas y bandas de sello nacional como Jero Romero, que presentó su nuevo álbum "Cabeza de Leon" en dos fechas (8 y 9 de febrero en Vigo y A Coruña); Nadadora, en su despedida de los escenarios (14 de febrero, Teatro Lara de Madrid); y Alondra Bentley y "sus amigos" (20 de febrero, Le Club). Pero ellos no son los únicos, ya que también hubo espacio para ver a: David Bazán (27 febrero, Café & Pop Torgal de Ourense) y Antonia Font (28 en la Sala Capitol de Santiago, 1 de marzo en el Playa Club de A Coruña y 2 de marzo en Sala El Infierno (Vigo) y muchos otros.



FESTIVALES DE OTOÑO

DEJAMOS ATRÁS LA TEMPORADA ESTIVAL, PLAGADA DE GRANDES CITAS MUSICALES, Y NOS ADENTRAMOS EN EL OTOÑO SON ESTRELLA GALICIA QUE TRAJÓ CONSIGO UNA SELECTA OFERTA DE FESTIVALES PARA LOS AMANTES DE LA BUENA MÚSICA. ES EL CASO DEL 981 "HERITAGE" QUE REGRESÓ ESTE AÑO CON GRAN FUERZA A LAS CIUDADES DE A CORUÑA, MADRID Y LONDRES; EL YOUTUBE FESTIVAL, UNA CITA ÚNICA PARA LOS AMANTES DE INTERNET; AMNESIA IBIZA FESTIVAL; PURPLE WEEKEND Y FESTIVAL FICXIXÓN.



Amnesia Ibiza Festival

Celebramos el segundo desembarco de una de las marcas más conocidas en el panorama clubbing internacional, con el festival Amnesia Ibiza Festival que tuvo lugar de nuevo en A Coruña el día 15 de septiembre. Expocoruña fue otra vez la sede de este evento que contó con la presencia de dos de los artistas más actuales del circuito electrónico internacional: Luciano, comandante en jefe del sonido Cadenza, y Loco Dice, su homónimo en Desolat. Una actuación sin precedentes y en exclusiva que cerró el verano en Galicia, y una muestra de la mejor música de club internacional durante 15 horas ininterrumpidas.

YouFest, el festival de la generación Youtube

Estrella Galicia patrocinó a finales de septiembre un nuevo evento musical organizado por Youtube, que trató de

acercar al público a las grandes estrellas que se han dado a conocer en esta plataforma de Internet. Tuvo lugar en dos jornadas los días 28 y 29 de septiembre en Madrid y fue uno de los pocos eventos seleccionados por Youtube para ser retransmitido vía *live streaming* mundial, a través de su canal premium dentro de Youtube, www.you-fest.com que permitió a todos los usuarios del planeta seguirlo a través de sus ordenadores, *smartphones* y *tablets*.

981 Heritage SON Estrella Galicia

El que fue el festival 981 de A Coruña, volvió este año con un nuevo nombre: 981 Heritage SON Estrella Galicia. La esperada cita de música electrónica volvió en 2012 con la actuación de algunos de los mejores DJ's de este género y con dos nuevas citas en Madrid y Londres. La primera

de ellas tuvo lugar el día 6 de octubre en el Matadero Madrid con artistas como Mouse on Mars o Jeremy Greenspan de Junior Boys, que compartieron escenario con: oOoOO, Kode9, Actress o Hype Williams, Erika Spring de Au Revoir Simone, Solar Bears, Noaipre y Judah.

El 981 Heritage London tuvo lugar del 21 al 24 de noviembre en The Gallery Soho. El salto internacional ha sido un paso trascendental en el devenir del 981, y fue todo un éxito con los "duelos" entre Cooly G y Mwëslee; Old Nasty frente a David M y Dorian Concept contra Judah, que conquistaron al público londinense.

La tercera entrega del festival 981 Heritage de 2013 se celebró el día 15 de diciembre en el Playa Club de A Coruña. El *line-up* contó con 16 artistas que se distribuyeron entre el Pre-981 y el 981



Heritage. El Pre-981 se celebró desde las 16:00 horas en el Café Playa Club con acceso gratuito. Una sobremesa al ritmo de Chelis, Lendrone, Mwëslee, Judah, Dj Sith y Fatfish. Por el nocturno 981 Heritage de A Coruña pasaron nueve nombres indispensables de la electrónica actual: Pantha Du Prince, François K, Lindstrom, Holy Other, Actress, Boddika, Dmx Krew, Byetone y Snuff Crew.

Festival Purple Weekend

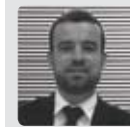
El Festival Internacional Purple Weekend de León, patrocinado por SON Estrella Galicia, regresó fiel a su cita y fechas para celebrar su 24ª edición a principios de diciembre. Y en consonancia con su filosofía, llegó cargado de conciertos internacionales, muchos de ellos en fechas únicas en España. Roky Erickson, The Rezillos o Los Mockers, Nick Waterhouse o Gent-

leman Jesse fueron algunos de los nombres que sonaron en esta edición. Estuvieron acompañados por exposiciones, documentales, scooter run, *allnighters*, *alldayers*, mercadillos, o la propia ciudad de León creando sinergias con el Purple Weekend, con su amplia oferta turística, gastronómica y de ocio.

Festival FicXixón

Del 16 al 24 de noviembre SON Estrella Galicia también estuvo presente en el festival FicXixón que durante nueve días celebró cerca de una veintena de conciertos en la Sala Acapulco del Casino de Gijón. FicXixón 2012 contó con la participación de algunos grupos y artistas como: Maceo Plex, Manos de Topo, Micah P. Hinson, The Ripe, Drumlazers, Lorena Álvarez, Timber Timbre, Nasty Mondays y Stereotypos, entre otros.

ESCANDALOSAMENTE SON



SANTI MIGUÉLEZ
BRAND MANAGER
DE ESTRELLA GALICIA

Con el 2012 cerramos el tercer año de vida de Son Estrella Galicia desde su renacimiento como marca, un año lleno de calidad musical y buenos momentos recogidos en nuestras 14 salas y 17 Festivales.

Tras estos tres años podemos afirmar ya que Son Estrella Galicia es más que una marca, es un programa que, por un lado, ofrece a nuestros fans momentos de altísima calidad musical con artistas venidos de todos los recovecos de nuestro planeta. Y, por otro, ofrece un servicio de alto valor percibido a nuestros clientes más directos, que hace que pocas Salas de conciertos y Festivales se resistan a querer trabajar con nosotros.

Y para alcanzar la máxima difusión, 50 medios se hacen eco de nuestra actividad todos los meses. Comentarios como el que el pasado mes de noviembre nos dedicó el Director de la prestigiosa revista musical Rockdeluxe definiendo nuestros contenidos como *“una parrilla de conciertos de calidad y distinción que ya es una cita obligada para los melómanos más inquietos”* hacen que superarse año a año no sea una tarea trivial.

En el 2013 toca seguir haciendo las cosas con *“sentidiño”*, Van Morrison, Mick Taylor, Robyn Hitchcock, John Cale son solo alguno de los artistas que nos ayudarán a que una vez más Son Estrella Galicia sea una pata fundamental que apoye nuestra estrategia global como marca *escandalosamente buena*.



VEGA EN LOS GRAMMY LATINOS

En el transcurso de la segunda parte de su gira "La Cuenta Atrás. SON Estrella Galicia", Vega recibió la noticia de su nominación para los Premios Grammy Latinos 2012 en la categoría de "mejor álbum pop-rock".

La artista cordobesa que se encontraba recorriendo el territorio español para visitar el circuito de salas de corte más independiente, recibió la noticia y puso rumbo a Las Vegas para asistir a la gala de entrega de premios tras sus conciertos en la Sala Subway de Elche (9 noviembre, formato acústico) y en la Sala Caracol de Madrid (10 noviembre).

NUEVAS SALAS "SON ESTRELLA GALICIA"

DESPEDIMOS 2012, CELEBRANDO QUE LA SALA CAPITOL DE SANTIAGO DE COMPOSTELA SE INCORPORABA A SON ESTRELLA GALICIA E INAUGURAMOS EL 2013 CON DOS NUEVOS LOCALES EN LOS QUE DISFRUTAR DE NUESTRA MÚSICA. LAS SALAS EL SOL DE MADRID Y EL PUB MEDIEVO DE LUGO HAN DECIDIDO FORMAR PARTE DE NUESTRO PROYECTO.

La Sala Capitol de Santiago de Compostela se incorporó en septiembre a SON Estrella Galicia, sumándose al conjunto de salas de nuestro programa a lo largo de la geografía española. Capitol es todo un referente de la última década de la música en directo. Con una programación repleta de las últimas tendencias del pop, rock, indie, música de autor o hip hop, abrió sus puertas para celebrar su nueva alianza con nuestra cerveza el día 7 de septiembre con el concierto de la cantante, Anni B Sweet.



Inauguramos nuestra presencia en la Sala Capitol de Santiago con el concierto de la cantante Annie B. Sweet"

A su vez, la Sala El Sol de Madrid se unió en enero a SON Estrella Galicia e inauguró la nueva temporada de conciertos con el ciclo musical "Dichosos 90". Un homenaje a la música nacional de esta década, que se celebró a lo largo del mes de enero con la presencia de otros grupos como Los Hermanos Dalton, La Mala Rodríguez, Doctor Explosion y Automatics. Esta clásico local madrileño se convirtió en la sala SON Estrella Galicia nº15 junto al Café Berlín y el Teatro Lara en Madrid, la sala Porta Caeli de Vallado-

lid, el Café Pop Torgal de Ourense, el Náutico de San Vicente en O Grove, la sala Mondo Club y El Ensanche en Vigo, el Playa Club, Blend Music y Le Club en A Coruña, Super-8 en Ferrol, La Radio y la mentada Capitol en Santiago de Compostela.

Ahora, también el Pub Medieval de Lugo pasa a integrar la lista de locales donde se baila al ritmo de SON Estrella Galicia. En él disfrutaremos de la mejor música independiente a partir de esta temporada que comienza.

La agenda oficial de la música SON Estrella Galicia

Robyn Hitchcock & The Venus 3, Donovan, Autumn Commets, Eric Burdon, Bass Drum Of Death, Aaron Thomas, Oso Leone, Refree, Luis Brea, Sean Rowe, Sidonie, Jane Joyd...

www.estrellagalicia.es

Sala El Sol, Madrid

Bass Drum Of Death / 4 de Junio
Robyn Hitchcock & The Venus 3
+ Peter Buck Band / 22 de junio
Aaron Thomas / 27 de junio
Mikal Kronin / 29 de julio

Sala Porta Caeli, Valladolid

Sidonie / 23 de Mayo

Sala Capitol, Santiago de Compostela

Donovan / 17 de Mayo (Leyendas con Estrella)

Medievo Club, Lugo

Sidonie / 24 de Mayo
Jane Joyd / 7 de Junio

Teatro Lara, Madrid

Eric Burdon / 6 de Mayo (Leyendas con Estrella)
Donovan / 15 de Mayo (Leyendas con Estrella)
Autumn Commets + Neuman / 30 de Mayo
Oso Leone / 6 de Junio
León Benavente / 13 de junio
Eilen Jewell / 19 de junio
Julia Holter / 24 de julio

Café Berlín, Madrid

Refree / 9 de Mayo

Teatro del Arte, Madrid

Luis Brea / 18 de Mayo
Sean Rowe / 19 de Mayo

Festivales SON Estrella Galicia

L.E.V. 2013, Gijón

Clark, Andy Stott, Raime, Jon Hopkins, Roly Porter, John Roberts, Santiago Latorre, Evian Christ...
3 y 4 de Mayo / Laboral Ciudad de la Cultura, Gijón

Festival do Norte

Toy, The Primitives, Aerolíneas Federales, Dorian, We are Standard, Delafé y las flores azules...
17 y 18 de Mayo / Fexdega, Vilagarcía de Arousa

Polifonik Sound

Supersubmarina, Dorian, Dapuntobeat, New Ivory, Havalina...
17 y 18 de Mayo / Barbastro, Huesca





PEQUEÑOS GRANDES MOMENTOS

A LO LARGO DE TODO EL AÑO, HEMOS DISFRUTADO GRACIAS A 1906 RESERVA ESPECIAL DE "PEQUEÑOS GRANDES MOMENTOS" QUE NOS HA OFRECIDO NUESTRA MARCA DE CERVEZA. EN EMBLEMÁTICOS CLUBES DE JAZZ Y EN GRANDES ESPACIOS EN LOS QUE LA PROTAGONISTA HA SIDO LA MÚSICA.

Dan Stuart Band

El 19 de septiembre, las canciones de los legendarios Green On Red volvieron a sonar en directo de la mano de su líder y vocalista Dan Stuart. Con él disfrutamos de un pequeño gran momento 1906 en el Café Berlín de Madrid donde tocó canciones de su trabajo "The Deliverance of Marlowe Billings" con el apoyo de Sacri Cuori Band y algunos temas de la Green On Red.

Marlango

1906 Reserva Especial presentó el día 6 de octubre, en el Centro Ágora de A Coruña, la oportunidad de disfrutar en primicia de alguna de las nuevas canciones del grupo Marlango y recordar aquellos temas que ya formaban parte de su carrera musical, en un concierto único en Galicia antes de su cita con el público madrileño el 26 de octubre en el Teatro Lara.



Después de cuatro discos en inglés, Marlango dio un paso más y nos ofreció su mundo en castellano. Su nuevo trabajo, cuyo título es "Un día extraordinario", y que está compuesto íntegramente en español. El resultado no pudo ser más satisfactorio, logrando conservar el sonido Marlango. Esta forma diferente de trabajar supuso un gran reto para la actriz y cantante, Leonor Watling, y el compositor, Alejandro Pelayo, ya que expresar su peculiar universo en una lengua diferente a la habitual entrañaba cierta dificultad. El álbum saldrá a la luz en abril y se ha grabado en un plató de televisión, con banda en directo y tres cámaras que se han encargado de documentar todo el proceso.

Will Bernad Trio

Esta formación de jazz-funk, considerada una de las más potentes de la actualidad, actuó el 12 de octubre en

la Sala Le Club de A Coruña gracias a 1906 Reserva Especial. Will Bernad Trio está liderada por Will Bernard, guitarrista dos veces nominado a los Grammy, acompañado por Simon Lott, batería de New Orleans con un increíble groove y Phil Wilkinson.

XII Aniversario del Jimmy Glass

El emblemático club Jimmy Glass de Valencia nos ofreció una *jam session* para celebrar el veintiún aniversario de su apertura el día 16 de octubre. Una fecha muy especial a la que no faltaron los amigos del legendario club valenciano y músicos de altura de la escena jazz española.

XXII Festival Jazz de Lugo

Como cada año, 1906 Reserva Especial asistió al Festival del Jazz de Lugo que este año cumplió su veintidós edición. El programa acogió entre el 10



de octubre y el 17 de noviembre las actuaciones de más de una decena de conjuntos entre los que se encontraban Last Minute Experience, Kike Perdomo Quintet, Wallace Roney Group y Pablo Castaño Septet. Todas ellas se celebraron entre el Círculo das Artes de la ciudad lucense y el Clavicémbalo.

Najwa Nimri

En junio de 2012 Najwa inició la gira de presentación de "Donde Rugen los Volcanes", recorriendo el país de norte a sur y de este a oeste en compañía de Raúl Santos y arropada por un espectacular juegos de luces y visuales que hicieron de su concierto con 1906 Reserva Especial el día 13 de noviembre en el Teatro Lara de Madrid, una experiencia inolvidable.

Dice Najwa que, tras la publicación de "El Último Primate", "hasthada de las viejas maneras, comprobado el no-

funcionamiento de lo que garantizaba nuestro futuro, surge algo". Ese algo no es otra cosa que su nuevo álbum, el noveno de su carrera el cual presentó el día 13 de noviembre en el Lara. "Donde Rugen los Volcanes", título del disco, surge después de una charla en la que un amigo le hace llegar la idea de que "los volcanes son las puertas estelares que conectan la Tierra con el Sol". Es así como Najwa descubre que la solución está dentro mientras todo lo de fuera sigue quedando cerca, pero no dentro.

Jimmy Glass Jazz Festival

Asistimos al Jimmy Glass Jazz Festival 2012 de la mano de 1906 Reserva Especial, que nos ofreció la oportunidad de disfrutar con las actuaciones de Jeremy Pelt Quintet, Jerry Bergonzi Quartet, Jorge Pardo / Huellas Sextet, Greg Diamond Quartet, Sanz / Sambeat / Colina / Foster y Melisa Aldana Trio en

diversas fechas y a lo largo de todo el mes de noviembre.

BJC – All starts jam session

La Bilbaína Jazz Club despidió el año por todo lo alto el día 26 de diciembre. La música se trasladó a la Sala BBK de Bilbao (Gran Vía López de Haro, 19-21) para recibir a las BJC-All Stars en la que grandes nombres del jazz se reunieron en una jam session única en la noche más especial del año para el club vasco.

32 Aniversario Jazz Filloa

El Filloa cumplió en 2012, 32 años y para celebrar las más de tres décadas de este clásico club de jazz de A Coruña, celebró una fiesta muy especial a la que no faltaron los incondicionales de sus noches. El evento tuvo lugar el 29 de diciembre a partir de las 22:00 horas con el apoyo de 1906 Reserva Especial.



CICLOS DE OTOÑO

AMERICAN AUTUMM, VOCES FEMENINAS Y OUTONO ROCK CAPITOL FEST DAN NOMBRE A LOS TRES CICLOS CON LOS QUE HEMOS DISFRUTADO ESTOS MESES EN ALGUNAS DE NUESTRAS SALAS SON ESTRELLA GALICIA. TRES PROPUESTAS CON SU PROPIA PROGRAMACIÓN Y QUE NOS HAN OFRECIDO GRANDES EXPERIENCIAS ANTES DE TERMINAR EL AÑO.



Basia Bulat fue la encargada de presentar en septiembre nuestro ciclo Voces Femininas que este año recaló por primera vez en Madrid. Este programa, que nació en 2008 como un espacio en el que dar cabida a grandes intérpretes y compositoras de todo el mundo, celebró su quinta edición con el respaldo del público y la crítica y la intención de ampliar su repercusión por la geografía española. Lisa Hannigan, Little Scream y Holly Miranda fueron las elegidas para representar este año a las promesas femeninas de la canción en el Teatro Lara de Madrid, el Teatro Principal de

Ourense y el Centro Cultural Caixanova de Vigo.

La misma Basia Bulat estuvo también inaugurando el ciclo American Autumn de Ourense en el Café Pop O Torgal, un evento musical que nació en 2009 para enriquecer la escena musical ourensana acercando a la ciudad un trozo de la música independiente americana, con un cartel de músicos de talla internacional solo accesibles en salas y teatros de grandes capitales. Es el caso de artistas como: Howe Gelb (26 de septiembre), Daniel Martin Moore y Joan Shelley (5 octubre), Will Jhonson,

Paterson Hood y Craig Finn (8 de noviembre), Crooked Fingers (1 diciembre) y Little Wings (5 de diciembre), que pasaron por la reciente edición del ciclo.

Por último, disfrutamos del mejor soul y rock and roll con el Outono Capitol Rock Festival de Santiago, una apuesta por el rock clásico de los 40s y 50s que se celebró los días 29 de septiembre, 20 y 27 de octubre. En él contamos con las actuaciones de: Ray Collins' Hot Club, Jeff Hershey & The Heartbeats + Los Eternos, Bill Kirchen, Mambo Jambo + Dr. Gringo y Lala Brooks + The Allnight Workers.

12ª EDICIÓN DE LOS PREMIOS DE LA MÚSICA MAKETON ESTRELLA GALICIA

EL 29 DE DICIEMBRE TENÍA LUGAR EN UNA ABARROTADA SALA EL INFIERNO, LA GALA DE ENTREGA DE LOS PREMIOS DE LA MÚSICA MAKETON ESTRELLA GALICIA 2012, PRESENTADA POR LA MEDIÁTICA EMMA PLACER.

Un evento al que asistieron más de 500 personas y que se iniciaba a las 23:00 H. con el directo del grupo **MVNICH**, que nos avanzaron en exclusiva, las nuevas canciones incluidas en su primer disco titulado "INA".

El acto de entrega de las estatuillas dio comienzo y la primera fue para el productor **B.O.U.L.E.** de ROYAL CASH Entertainment, que la recibió de Christian Martín, Delegado Comercial de Estrella Galicia en Vigo. **B.O.U.L.E.** desde Vigo produce a artistas locales como **NEW-MAIK** o **CARMEN JOHNS** y también del resto del país, aunque su trabajo se centra actualmente en U.S.A., produciendo a artistas como **RASHEEDA** o **TRAI'D**.

El galardón a mejor directo de grupo local ha sido para **MARYLAND**, un proyecto musical vigués que con tres discos y centenares de conciertos se ha consolidado como una de las realidades del power pop vigués del momento, un galardón que recogían todos los componentes y que recibían de manos de Emma Placer.



Fotografías: Marta Vázquez

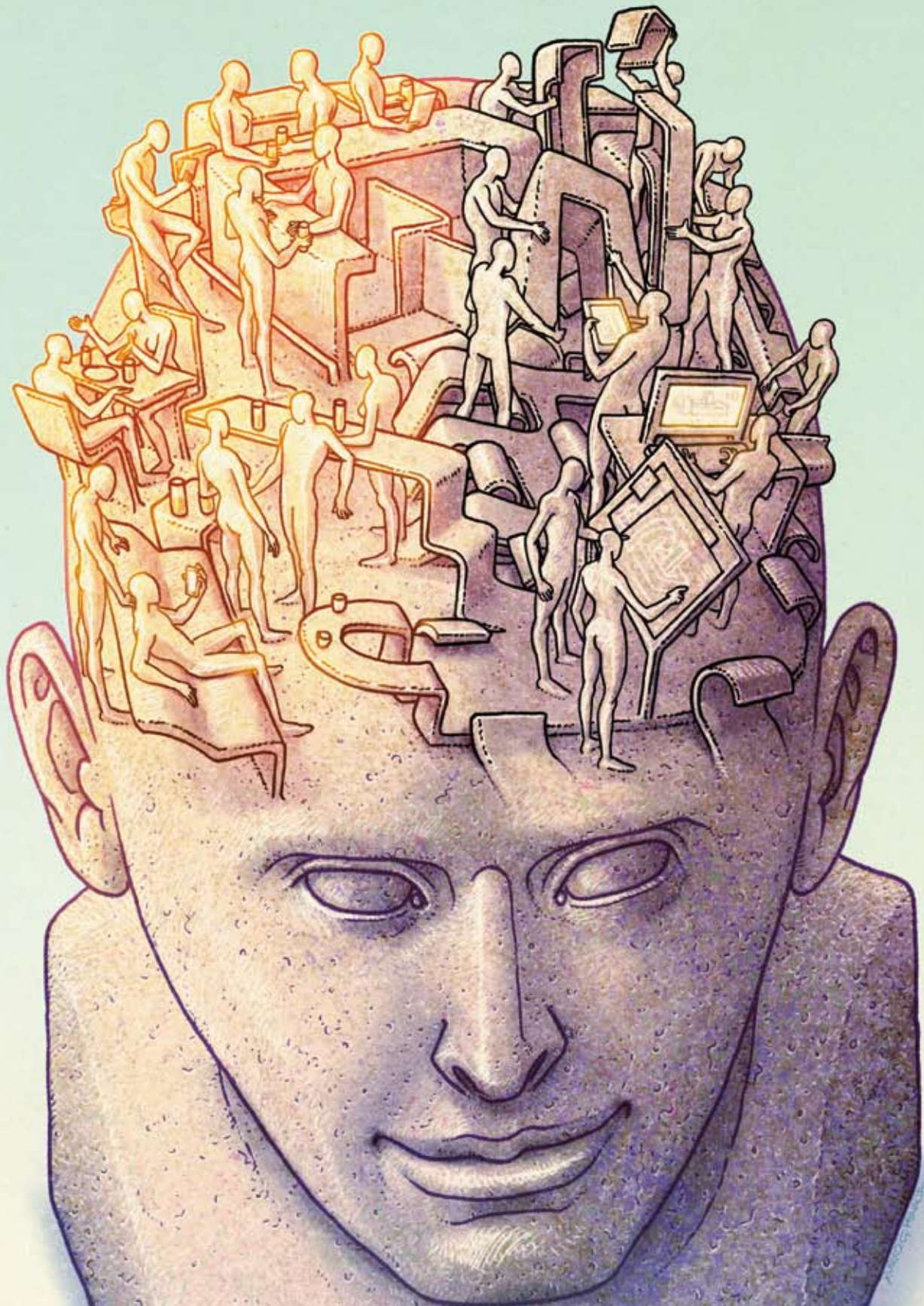
El galardón al mejor disco de grupo local se lo ha llevado **THE SOUL JACKET** por "Wood Mama", que entregó Xose Otero, como miembro del jurado de los premios MAKETON Estrella Galicia. Un disco producido por Hendrik Róver y, sin duda, el mejor disco de rock de un grupo vigués en los últimos años.

El premio a la trayectoria musical ha recaído en **AEROLINEAS FEDERALES**, que tras años de ausencia, se volvieron a reunir en el año 2011 para ofrecer 2 conciertos en Perú y este año 2012 han publicado lo que es el 6º disco en su carrera, titulado "Hasta el Final y más allá 1983...1993". La pasada semana volvían a subirse a un escenario en Vigo 25 años después. La formación original al completo, se subió al escenario de la Sala EL INFIERNO para recoger del periodista, escritor y crítico musical vigués Emilio Alonso, su merecido galardón a casi 30 años de carrera musical. Salva Ronko como responsable del proyecto MAKETON Estrella Galicia entregaba a los componentes del gru-

po vigués **TROY McCLURE** el galardón a mejor maketa local 2012. "Electric Grace" es su segunda referencia sónica y ha sorprendido a crítica y público.

El premio especial MAKETON Estrella Galicia 2012, fue entregado de manos de Antonio Barreiro como responsable de la Sala EL INFIERNO, a **XOSE OTERO**, como director del programa de radio A KANTEIRA de la emisora cultural Radio ECCA y que precisamente este año 2012 cumple 22 años en la antena, apoyando la música local en Vigo.

El fin de fiesta lo puso **MARYLAND** con un concierto espectacular con el que han despedido su gira 2012 y que significa un punto de inflexión en el grupo, puesto que ya están trabajando en lo que serán las canciones que se integrarán en su nuevo disco. Con este concierto tan especial, han querido agradecer el cariño y apoyo de toda la escena musical viguesa.



DES X MO

diseño, espacios y momentos

C / Copernico N° 6 - 1° - Local 1, 15008 - A Coruña
Mail: desymo@desymo.es www.desymo.es



LUIS VEIRA. RESTAURANTE ÁRBORE DA VEIRA. C/ SAN ANDRÉS, 109. A CORUÑA. 981 078 914

Fotografía: Luis Carré y Wifre Meléndrez (plato)

ENSALADA DE MAR

Ingredientes para 4 personas

Ocho Berberechos
Cuatro Navajas
Medio kilo de Erizos
Flores Silvestres
100 gramos de Algas

Agua de Tomate

1 kilo de Tomates
Pimienta Rosa y de Jamaica
Ralladura de Naranja
Polvo de Limón
Gelatina de Agar-agar
Sal
Aceite

Preparación:

Agua de tomate:

El primer paso consiste en machacar los tomates con sal, pimienta rosa y de Jamaica, aceite, ralladura de naranja y polvo de limón e introducir la masa en un colador de tela o superbag, bien apretado. Así se deja reposar toda la noche sobre un recipiente en el que se irá filtrando un líquido transparente. Al día siguiente se le añaden 0,8 gramos de gelatina de Agar-agar por cada 200 gramos de agua de tomate. A continuación, se pasa la mezcla por la batidora para conseguir una textura de gel.

Moluscos:

Los erizos hay que abrirlos en crudo y retirar su carne con una cuchara. Los berberechos se introducen tan solo 30 segundos en agua hirviendo, el tiempo justo para que se abran, mientras que las navajas se meten en un bolsa al vacío sellada y se cocinan tres minutos a 63 grados en un roner, un termostato que permite cocer a baja temperatura. Si no se dispone de este electrodoméstico basta con cocer las navajas durante unos segundos justo en el momento en que el agua comienza a hacer burbujas. Después se trocean como si fuesen espárragos.

Algas:

También se blanquean sumergiéndolas unos segundos en agua hirviendo.

Presentación:

Para emplatar la ensalada se cubre primero el fondo del plato con el gel que resulta del agua de tomate. Después, se añaden los moluscos y, finalmente, las flores silvestres, buscando darle más volumen al plato y también un sentido estético.

Maridaje:

La compañía perfecta para esta ensalada de mar es una cerveza Shandy, que aporta un toque de limón a este plato. Su sabor entre ácido y dulce potencia el sabor fresco y salado de los moluscos y las algas, mientras que el gusto a lúpulo de la cerveza complementa la textura y el sabor del agua de tomate.



12 DE OCTUBRE EN CHINA



Con el motivo de la Fiesta Nacional del día 12 de octubre, se celebró un gran festival en la ciudad china de Foshan. El evento reunió a cerca de 300 invitados entre los que se encontraban representantes de los gobiernos de España y China, clientes y un amplio número de personalidades del ámbito de la cultura de esta ciudad ubicada en el sur de la República Popular de China.

El “Festival de la Cultura Española” como así se hizo llamar este evento, constituyó una buena vía de promoción para los productos de la Corporación. Entre ellos: Estrella Galicia Especial, Shandy Estrella Galicia, Estrella Galicia 0,0, Cabreiroá, Lerele y Manzanova que se degustaron durante una jornada en la que el arte, la música y la gastronomía fueron las protagonistas.

MAGMA DE CABREIROÁ EN MISTURA PERÚ



Pepe Solla y Xosé T. Cannas cruzaron el Atlántico a mediados de septiembre para asistir a Mistura, la muestra gastronómica que se celebra en Lima (Perú) y que concentra a los profesionales más destacados del sector en toda Latinoamérica. En el marco de este encuentro impartieron una ponencia conjunta en la que ofrecieron su visión sobre la cocina gallega y acompañaron sus platos con Magma de Cabreiroá.

Los asistentes a su ponencia pudieron conocer de cerca algunos de los secretos de la gastronomía gallega y, especialmente, de su despensa. Todo ello planteado en un discurso elaborado mano a mano por Solla y Cannas y su demostración práctica *in situ*, además de una innovadora pieza audiovisual en la que presentaban el origen gallego de cada uno de los productos empleados, entre ellos Magma de Cabreiroá.

I JORNADA DE BLOGS DE MODA Y COMERCIO ELECTRÓNICO



MundoHR estuvo presente a principios del mes de noviembre en las primeras Jornadas de Blogs de Moda y Comercio electrónico (ecomfashionblogs) que se celebraron en Santiago de Compostela y que reunieron a importantes actores del mundo 2.0. Este congreso, que se desarrolló a lo largo de dos días en el Centro Gallego de Arte Contemporáneo (CGAC), contó con la presencia de los productos de nuestra compañía.

LovelyPepa (Alexandra) inauguró el evento y estuvo acompañada por Bartabac (Silvia García) y Like a princess by Kuka, tres de las blogueras más importantes del momento que reciben más de 8.000.000 de visitas al mes. Junto a ellas, destacados community managers, consultores, e-shop managers y responsables de marcas que se encargaron de analizar los factores que rodean al fenómeno de Internet y las redes sociales.

SANTIAGO (É) TAPAS



La quinta edición del Santiago(é)Tapas, iniciativa que cuenta con el apoyo de Estrella Galicia, se celebró entre el 26 de octubre y el 11 de noviembre superando un año más el nivel de las propuestas presentadas. Con 72 locales participantes y 117 tapas que superaron la fase de preselección, casi 33.000 creaciones consumidas y casi 20.000 votos válidos emitidos por el público, el Santiago (é) Tapas batió récord de participación, público y ventas.

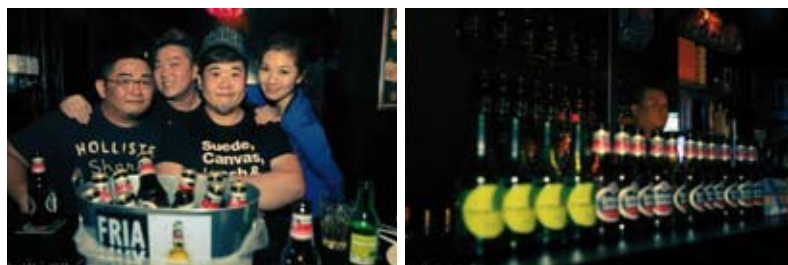
La gala de premios tuvo lugar el día 28 de noviembre en el Parador Hostal de los Reyes Católicos que acogió a cientos de hosteleros en el día de su patrona, Santa Marta. El Primer Premio del Jurado del Santiago (é) Tapas 2012 fue para el Ravioli de buey de mar del Tafona. El Segundo Premio del Jurado recayó en el Fish Coffee de O Curro da Parra y el tercero fue para la tapa Fabas de Lourenzá de setas y algas del Acio. El Premio de la Tapa del Público 2012 fue para la Crema callada de castañas con bombón, licor café y mandarina, del Puerta del Camino mientras que el Premio (e)xcelente 2012 lo recibió El Olivo.

PICNIC GOURMET



Magma de Cabreiroá invitó a finales del mes de agosto a un selecto grupo de comensales a comprobar que un picnic es perfectamente compatible con la alta gastronomía ya que hay un amplio abanico de posibilidades a la hora de combinar productos gourmet con su disfrute fuera de los entornos habituales. Xosé T. Cannas y Pepe Solla prepararon con la ayuda de los invitados una serie de platos gourmet, perfectos para llevar y degustar al aire libre a lo largo de una mañana de trabajo en equipo en la cocina del restaurante Pepe Vieira Camiño da Serpe. El taller de cocina dio lugar a un picnic posterior que se celebró en un ambiente distendido y, por supuesto, muy campestre.

PRESENTACIÓN EN SINGAPUR



A mediados del mes de octubre se organizó un evento especialmente destinado a dar a conocer Estrella Galicia y Manzanova en Singapur. Una fiesta que se celebró en el restaurante Lluvia, situado en el centro de la ciudad, en el que se reunieron en torno a 60 clientes, entre los que se encontraban jefes de outlets y otros compradores retail del país. Todos ellos disfrutaron de una agradable velada en la que probaron nuestros productos y que contó con la actuación de una cantante local, Lucy Lim.



La obra producida por Estrella Galicia y Filmanova se estrenó en la capital rodeada de una gran expectación

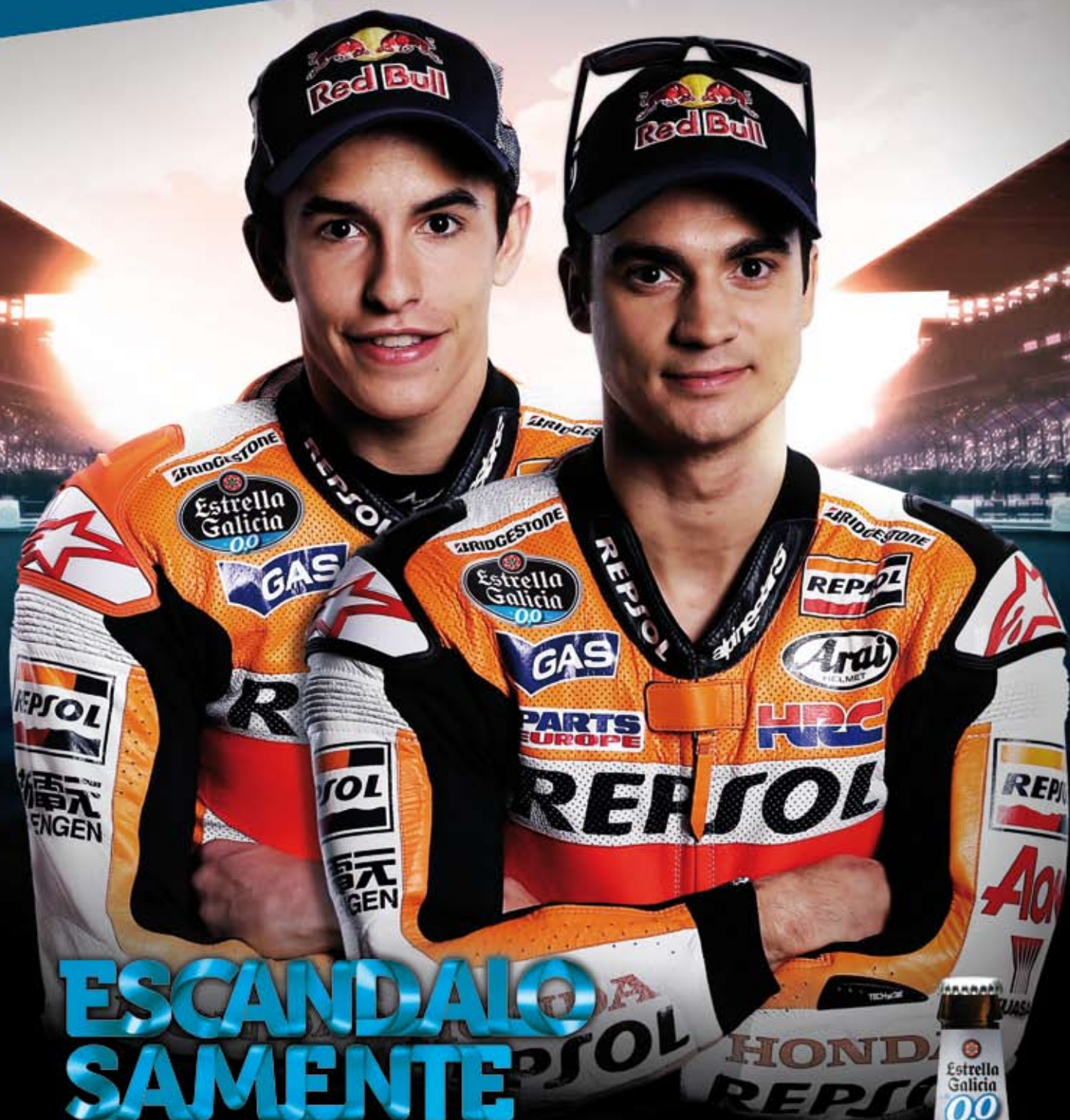
GALICIA CANÍBAL EL MUSICAL

Tras su paso por Vigo, Santiago de Compostela, Vilagarcía de Arousa o A Coruña, el musical Galicia Canibal llegó finalmente a Madrid el 23 de agosto. La obra coreográfica ideada por Antón Reixa y dirigida por Quico Cadaval aterrizó en el Nuevo Teatro Alcalá para acoger a un gran número de invitados que no quisieron perderse el estreno del espectáculo que hace un repaso por los temas musicales más emblemáticos de la década de los 80.

La obra producida por Estrella Galicia y Filmanova se estrenó en la capital rodeada de una gran expectación. Numerosos invitados asistieron a la puesta de largo de este espectáculo que sirve de homenaje a la música gallega de aquella época y que supuso una revolución cultural tanto en Galicia como en el resto de España.

De la mano de su protagonista, Ana San Martín, los asistentes hicieron un recorrido por la historia musical de los años 80 con cada una de sus canciones. Bailaré sobre tu tumba (Siniestro Total); Sitio distinto, Sector naval, y Galicia Canibal (Os Resentidos); Malos Tiempos para la lírica y Fiesta de los maniquís (Golpes Bajos); No me beses en los labios o Soy una punk (Aerolíneas Federales), fueron algunos de los temas que interpretaron el extenso reparto de actores y bailarines. Entre ellos, Teté Delgado, Víctor Mosqueira, Iolanda Muiños, Juanillo Esteban, Sergio Zearreta, y la propia Ana San Martín.

Galicia Canibal El Musical se mantuvo en escena en Madrid hasta el 28 de octubre de 2012. La gira en su conjunto estuvo acompañada por el lanzamiento de una edición personalizada de botellas de Estrella Galicia para el canal de Hostelería.



ESCANDALO SAMAMENTE BUENO

es formar parte
de este equipo



 [estrellagalicia00](https://www.facebook.com/estrellagalicia00)
www.estrellagalicia00.es


OFFICIAL
SPONSOR

Decides,
viajas,
sonríes.



viajes orzán

www.viajesorzan.com
viajesorzan@viajesorzan.com

35 Años
compartiendo
ilusiones

ESTOCOLMO

REPARTIDA SOBRE UN TOTAL DE 14 ISLAS SITUADAS EN EL LAGO MÄLAREN, ESTOCOLMO ES CONOCIDA COMO LA “VENECIA DEL NORTE” POR SUS CANALES Y SU BELLEZA. PERO LA CIUDAD DESTACA TAMBIÉN POR SU ARQUITECTURA, SU RICO LEGADO HISTÓRICO Y SUS NUMEROSOS PARQUES, QUE LA CONVIERTEN EN DESTINO PREFERENTE PARA LOS AMANTES DEL ARTE Y DE LA NATURALEZA.





ESTÁ CONSIDERADA UNA DE LAS CAPITALS MÁS HERMOSAS DEL MUNDO GRACIAS, EN BUENA MEDIDA, A SUS GRANDIOSOS EDIFICIOS PÚBLICOS, SUS IGLESIAS GÓTICAS, SU FAMOSO PALACIO REAL Y SUS PRECIOSAS CALLES ADOQUINADAS QUE ALBERGAN EXCELENTES BARES, RESTAURANTES, MUSEOS Y TIENDAS DONDE ADQUIRIR AUTÉNTICO DISEÑO SUECO. Y TODO ELLO EN UN ENTORNO NATURAL INCOMPARABLE QUE HA CONSERVADO SU ESENCIA SIN RENUNCIAR A LA MODERNIDAD.

Gamla Stan y el Palacio Real

Asequible a pie, no se requiere mucho tiempo para recorrer la ciudad, de modo que se puede disfrutar de su estancia relajadamente. El casco antiguo, Gamla Stan, es el centro urbano original. Su origen se remonta al siglo XIII e incluye la isla de Stadsholmen y varios islotes que conforman un entramado de calles repletas de bares, tiendas, galerías y museos. Aquí se encuentran los principales puntos de interés, como el Palacio Real, residencia oficial de la monarquía sueca, y la catedral, (Storkyrkan).

Drottninggatan y compras

Los amantes del diseño y las compras encontrarán aquí su particular paraíso, especialmente en Drottninggatan, donde pequeños comercios especializados conviven con grandes almacenes como Åhléns, donde adquirir prácticamente cualquier cosa. Además sus numerosos bares y restaurante la convierten en la calle más ajetreada y bulliciosa de toda Suecia.

Otros centros comerciales de interés son Designtorget, en Sergels Torg, con artículos modernos y prácticos creados por nuevos diseñadores nórdicos; NK, en Hamngatan, que ocupa cuatro plantas de uno de los edificios más imponentes de la ciudad, o PUB, en Drottninggatan, uno de los más vanguardistas pese a ser el más antiguo de Estocolmo.

Djurgården y los museos

Si algo caracteriza Estocolmo es la integración de la naturaleza en el entorno urbano. El Parque Real de Djurgården es el primer parque nacional urbano del mundo, donde jardines y bosques se extienden entre canales en el centro de la ciudad. Aquí están los principales museos, como el Nordiska Museet (de arte popular, moda y cultura escandinava), el museo histórico al aire libre de Skansen, el Museo Vasa –que alberga un navío de guerra sueco del siglo XVII reconstruido–, o las galerías de arte de Waldemarsudde y Thielska Galleriet. Los fans de Pippi Calzaslargas no

3.



4.



deben perderse Junibacken, el museo dedicado a los libros y personajes de Astrid Lindgren.

Islas y excursiones

El archipiélago de Estocolmo, formado por unas 30.000 islas, se extiende 80 km al este de la ciudad hasta el mar Báltico. Para visitarlo se puede utilizar el transbordador (skärgården), ir en barca o kayak o contratar una de las numerosas excursiones turísticas para aprovechar sus numerosas oportunidades de ocio: senderismo, pesca, ciclismo o, simplemente, hacer una barbacoa en las zonas habilitadas, además de disfrutar de las vistas de la ciudad desde el agua.

Tour Millennium

Los seguidores de la trilogía *Millennium*, de Stieg Larsson, no deben perderse Södermalm, escenario de la famosa Gira Millennium, aunque hay muchas opciones, desde el popular y galardonado "recorrido Stieg Larsson" que organiza el Museo de la Ciudad de Estocolmo al detallado mapa "Millennium" del Museo de la Ciudad con el que hacer el recorrido por cuenta propia.

Dormir

El centro de Estocolmo cuenta con algunos de los mejores hoteles de diseño del mundo, pero también es atractiva la opción de alojarse en el archipiélago, donde hay más de 50.000 residencias de vacaciones que van desde hostales, cámpines o cabañas de madera hasta modernos hoteles y lujosas villas. Una opción alejada pero atractiva es el Icehotel, el hotel de hielo que desde hace más de dos décadas se construye cada año en Jukkasjärvi, en el Círculo Polar Ártico.

Comer

Se puede disfrutar de la cocina nórdica en sus refinados restaurantes galardonados con estrellas Michelin o en los muchos bares y cafeterías de la ciudad, donde también se encuentra una amplia oferta de cocina internacional. Una buena opción son los locales junto al mar, que permiten disfrutar de unas excepcionales vistas mientras se saborea un husmanskost, el plato tradicional sueco.

1. Calle del casco antiguo de Estocolmo.
2. Puente Vasa. Conecta la Isla del Norte con la Ciudad Vieja.
3. Riksdag, el Parlamento sueco.
4. Vista de la ciudad vieja, Gamla Stan.

DONDE TOMARSE UNA ESTRELLA



Boqueria

Galleria Mood, Jakobsbergsgatan 17,
103 95 STOCKHOLM

Tel 08 30 74 00

info@boqueria.se

www.boqueria.se



EN 1998

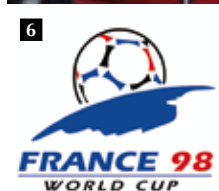
NUEVO FORMATO "LONG NECK"

A finales de los años noventa, el mercado cervecero español comenzaba a reflejar ya una cierta madurez y estabilización en el consumo, por lo que los fabricantes reaccionaron ofertando a los consumidores, por un lado, nuevas marcas y tipos de cervezas diferenciadas de las habituales y, por otro, alternativas a la bebida tradicional.

En el caso de *La Estrella*, entre 1996 y 1997 se realizó un profundo estudio de los cambios experimentados por el comportamiento de sus consumidores, fruto del cual surgió el nuevo formato asignado a 1906, tanto en su etiquetado con un diseño más logrado, como en botella de cuello alto y estilizado y destinada a un público exigente. Este nuevo y moderno envase, que hoy todos conocemos como *long neck*, se comenzó a utilizar a partir de 1998.

TAMBIÉN EN 1998

- 1 El escritor y novelista portugués, José Saramago recibe el Premio Nobel de Literatura
- 2 Sale al mercado el sistema operativo Windows 98
- 3 En Venezuela, Hugo Chávez gana por primera vez las elecciones presidenciales
- 4 Se funda la empresa Google
- 5 La película de John Philip Madden, *Shakespeare in Love* obtiene 7 Oscar y *Titanic*, dirigida por James Cameron, recibe 11
- 6 Francia gana el Mundial de Fútbol celebrado en Saint Denis, tras derrotar a Brasil por 3-0
- 7 En Roma, se firma el Estatuto que establece la Corte Penal Internacional
- 8 En la final del Torneo Lipton de Miami el tenista chileno Marcelo Ríos se convierte en el primer latinoamericano en ser número 1 del mundo, al derrotar al estadounidense Andre Agassi
- 9 La policía detiene al exdictador chileno Augusto Pinochet en Londres
- 10 Abraham Olano se convierte en el primer ciclista en proclamarse campeón del mundo tanto en ruta (1995) como en contrarreloj



granini[®]



la mejor fruta
ahora
light

¡te encantará!
o te devolvemos tu dinero.



SORPRÉNDETE. TODO EL SABOR DE LA AUTÉNTICA FRUTA, AHORA LIGHT.

El nuevo granini light tiene **35 KCAL*** y está hecho con las mejores frutas y Stevia,

UN EDULCORANTE DE ORIGEN NATURAL.

Pruébalo, es tan delicioso que cuesta creer que sea light.

*por 100 ml

granini.es

NUEVO



Estrella Galicia 
**ESCANDALO
SAMENTE
BUENA**

Aunque la hayas tomado mil veces,
cada vez que la pruebas vuelves a
decir lo mismo... ¡está de escándalo!