

NUESTRAS CERVECERÍAS ESTRELLA DE GALICIA

A FONDO • 22

MAESTRO CENTRALIZADO DE ARTÍCULOS

UNIVERSO 2.0 • 30

CÓCTELES CON SIDRA

TEMAS ESTRELLA • 46

CERVECERÍAS DE BODEGA

HR POR DENTRO • 28



PONTE DA BOGA LANZA EL VINO EXPRESIÓN BARROCA

NOTICIAS • 6



PAUL TRAN

EN PRIMERA PERSONA • 26



UNA TEMPORADA DE FESTIVALES

MÚSICA • 64



POP UP STORE DEL MERCADO DE LA COSECHA EN VIGO

ACCIÓN RESPONSABLE • 40



MEMORIAL MONCHO RIVERA

ACTUALIDAD • 21





Para lograr algo extraordinario se necesita mucha pasión

Familia Márquez
Pilotos Campeones del Mundo

Familia Rivera
Cerveceros desde 1906

Hacer algo extraordinario no es solo cuestión de suerte



**EXAGERA
DAMENTE
BUENA**



IGNACIO RIVERA

CEO HIJOS DE RIVERA S.A.U.

3

Me gustaría compartir con todos vosotros mis sensaciones en este período final de 2015, donde estoy seguro seguiremos avanzando sólidamente con el esfuerzo de todos.

En primer lugar expresaros mi satisfacción, pues los 5 grandes ejes de nuestra estrategia (2015-2017) avanzan con firmeza.

Este primer año de nuestro nuevo Plan Estratégico está siendo contundente para nuestros nuevos sueños proyectados para el año 2017.

Los refuerzos e incorporaciones implantadas en nuestra organización hacen que nuestra compañía sea cada vez más sólida.

Me gustaría resaltar los importantes premios recibidos por nuestros productos en distintas categorías, como cerveza, vino, sidra y agua; premios que no son más que un reconocimiento a nuestro esfuerzo y al de todos nuestros colaboradores, premios que nos permiten seguir ganando autoconfianza en nuestro buen hacer.

Este 2015 y sobretodo el 2016 serán años vitales, donde nuestra empresa hará visible nuestro gran reto, ser líderes de la cultura cervecera, reto que resulta vital para afianzar nuestra actual estrategia, reto en el que es absolutamente necesario que todos nos involucremos, de una manera sólida y profunda.

Por último me gustaría compartir con todos vosotros y pedir os vuestra máxima colaboración en el proyecto de implantación de nuestro nuevo E.R.P. (SAP), proyecto que requerirá esfuerzos de todos y cambios en nuestra organización; cambios que nos permitirán ser más eficientes y competitivos en toda nuestra compañía.

Estoy seguro de que en nuestro siguiente editorial, de final de año, compartiremos más éxitos y nuevos retos para el año próximo.

Un abrazo a todos.

NUM. 24

SEPTIEMBRE 2015

mun^{do}HR



Texto: Corporación Hijos de Rivera.

Dirección y redacción: Comunicación Corporativa.

Diseño y maquetación: Bolanda, ediciones y marketing.

Fotografía: Theeyedropper, Lolasart, Teresa Ibáñez, Olalla Lojo, Xosé Durán, Héctor Cortés, Xaime Cortizo, Salvador de Sás, Guillermo Fina, Miguel Barreto, Javier Gil, Juan Varela, Juan Carlos Bello, Gimena Berenguer.

Colaboraciones: Paul Tran, Jorge Allo, José Luis Olmedo, Aya Sueiro, Javier Olleros, Marcos Lodeiro.





NOTICIAS	6
ACTUALIDAD	21
A FONDO	
Cervecerías Estrella de Galicia	22
EN PRIMERA PERSONA	
Paul Tran	26
HR POR DENTRO	
Cervecerías de Bodega	28
UNIVERSO 2.0	30
MERCADOS	34
ACCIÓN RESPONSABLE	40
TEMAS ESTRELLA	
Cócteles con sidra	46
FACTOR H	50
PERSONAJE ESTRELLA	
Vicente del Bosque	52
DEPORTES	54
GASTRONOMÍA	
Javier Olleros	58
MÚSICA	60
VIAJES	66
GUIÑO AL PASADO	70



ESTRELLA GALICIA ACTUALIZA SU IMAGEN

LANZAMOS UNA NUEVA ETIQUETA, QUE REALZA EL CARÁCTER PREMIUM DE NUESTRA CERVEZA, INCORPORANDO TINTAS MATES Y PAPEL METALIZADO.

Envasamos nuestra cerveza más emblemática con una nueva etiqueta que llegó a finales de julio a todos los canales de venta tanto en España como en el extranjero.

El packaging es una herramienta fundamental para construir el posicionamiento premium de nuestras marcas, con este último lanzamiento hemos combinado sutiles cambios de imagen en nuestra etiqueta con la utilización de un nuevo material de origen metalizado que realzará los dorados y ayudará a tener una percepción más premium de nuestro producto, dotando a la marca de valores como la modernidad y la alta calidad.

Este cambio de imagen se ha incorporado a todos los formatos (Estrella Galicia Mini, botella no retornable de 25 cl y 33 cl, botella retornable 20 cl y 33 cl y Estrella Galicia Premium Lager para exportación).



ÚLTIMAS PERSONALIZACIONES DE ESTRELLA GALICIA

LANZAMOS UNA ETIQUETA DE ESTRELLA GALICIA 0,0 CON LA IMAGEN DE LOS PILOTOS DEL MUNDIAL DE MOTOCICLISMO Y UNA ETIQUETA DE ESTRELLA GALICIA CON LA QUE CELEBRAMOS LA NOCHE DE SAN JUAN.

Con este diseño de Estrella Galicia 0,0 buscamos activar el patrocinio a nivel producto, customizando el diseño del packaging de nuestra cerveza para potenciar la asociación de nuestra marca a nuestros pilotos. Un etiquetado que se prevé que esté en el mercado hasta finalizar la temporada de motociclismo en noviembre de 2015.

Se envasaron en torno a 240.000 botellas de tercio retornable que están disponibles en Hostelería desde finales de abril. En total se estima envasar 11.000.000 de botellas con este etiquetado para este canal.

El nuevo diseño de Estrella Galicia 0,0 está presente en la etiqueta frontal y en los collarines, tanto de la botella de 20 cl como la de 33 cl retornables. En total, se trata de 8 collarines distintos cada uno con la imagen de los pilotos del Mundial de Motociclismo que patrocina nuestra cerveza sin alcohol (Marc Márquez, Dani Pedrosa y Scott Redding en Moto GP; Tito Rabat, Alex Márquez y Alex Rins en Moto2, y Jorge Navarro y Fabio Quartararo en Moto3).

Por su parte, en junio lanzamos la primera edición limitada de nuestra cerveza Estrella Galicia con motivo de la celebración de la fiesta de San Juan, disponible en el canal de hostelería de Galicia. Este lanzamiento se encuadra dentro de nuestro Plan Proximidad para Galicia bajo el claim "O noso é o noso", un plan diseñado con el objetivo de mantener y potenciar una mayor familiaridad y cercanía de nuestra marca con el consumidor gallego, bajo una línea creativa común para todos nuestros patrocinios y actividades regionales.

Se envasaron 3.500.000 botellas de 33 cl de esta nueva edición limitada, que estuvo disponible en el canal de hostelería con el fin de acompañar por primera vez esta celebración, catalogada de Interés Turístico Nacional.

6



+online en mundoHR.com



+online en mundoHR.com



PONTE DA BOGA LANZA EL VINO EXPRESIÓN BARROCA

CELEBRAMOS LA PUESTA DE LARGO DE NUESTRO VINO PONTE DA BOGA EXPRESIÓN BARROCA.

La cuarta serie limitada de vinos que nuestra bodega de la Ribeira Sacra lanza al mercado en homenaje a los estilos arquitectónicos representados en la Catedral de Santiago de Compostela. En años anteriores se dieron a conocer los vinos Expresión Histórica, Expresión Románica y Expresión Gótica.

En esta ocasión, Ponte da Boga eligió los jardines barrocos del Pazo de Oca, en A Estrada (Pontevedra), para celebrar el lanzamiento de este nuevo

vino. Al evento acudieron más de 150 invitados entre los que se encontraban clientes, como distribuidores, periodistas y compañeros/as de la empresa, que pudieron disfrutar de una visita teatralizada a los jardines, así como una cata comentada del nuevo vino y una comida campestre en el Paseo de Tilos del Pazo.

En la presentación, José María Rivera, como presidente de Adega Ponte da Boga, destacó la labor que se está realizando en nuestra

bodega a favor de la recuperación de variedades autóctonas de uva y de bancales de la Ribeira Sacra. Por su parte, Dominique Roujou de Boubee, enólogo asesor de nuestra bodega, dirigió una cata comentada de Ponte da Boga Expresión Barroca en la que destacó sus matices y su composición: 70% Mencía, 22% Sousón, 5% Merenzao y 3% Brancellao, dando lugar a un vino sabroso, equilibrado y fresco, de color rojo intenso.

7





CERVEZA DE BODEGA, EN EL AMBROSÍA MERCADO GOURMET

A FINALES DE JULIO, ASISTIMOS A LA INAUGURACIÓN DE UN NUEVO CONCEPTO DE EXPERIENCIA GASTRONÓMICA, EL AMBROSÍA MERCADO GOURMET DE PUERTO BANÚS (MARBELLA).

Un moderno mercado-gourmet, donde realizar degustaciones de productos selectos a precios razonables y compras de delicatessen de distintas firmas en un mismo lugar, en el que disfrutar de una agenda de eventos culturales y culinarios gratuita, y en el que se puede degustar nuestra Cerveza de Bodega Estrella Galicia.

Con puestos de productos nacionales e internacionales entre los que destacan: vinotecas, queserías, jamonerías, coctelerías, una pulpería y puestos de especialidades de Japón, Italia o Tailandia, este nuevo mercado se une a los que funcionan en otras ciudades como Madrid (Mercado de San Miguel, San Antón...), Barcelona (La Boquería) o Sevilla (Mercado Lonja del Barranco), entre muchas otras y aportará como novedad un restaurante-degustación con capacidad para unos cien comensales. El restaurante elaborará un menú diario con los productos de los catorce puestos del mercado y cuenta con nuestra Cerveza de Bodega Estrella Galicia, para el disfrute de los visitantes.



HIJOS DE RIVERA, EN FEVINO

ESTA SEGUNDA EDICIÓN DEL SALÓN INTERNACIONAL DEL VINO MARCA UN ANTES Y UN DESPUÉS EN LA ANDADURA DE ESTA FERIA BIANUAL, QUE HA LOGRADO UNA GRAN ACOGIDA DE LAS BODEGAS.

Ferrol se convirtió en el epicentro del mundo del vino en abril. Con un cambio de formato, en una apuesta firme por la profesionalización, y una clara vocación internacional con la presencia de importadores de países como China Estados Unidos, Brasil, Bélgica o Japón, FEVINO se convirtió en un referente fuera de nuestras fronteras, un lugar de encuentro entre bodegueros, importadores, distribuidores, sumilleres, enólogos y profesionales del vino, pensado para compartir experiencias y conocimientos. Desde Hijos de Rivera nos hemos sumado a este evento, de la mano de nuestra bodega Ponte da Boga y de algunos de nuestros vinos de distribución con los que realizamos numerosas catas y actividades.

Para ello disponíamos de dos espacios: uno exclusivo bautizado como "Aula HDR" orientado a catas y presentaciones de varias de nuestras bodegas, y un salón común a todos los participantes en el certamen.



DICEN QUE EL AGUA NO SABE A NADA, DICEN...



Premios al Sabor Superior
ITQI



Magma de Cabreiroá original

3 estrellas (2014)



Cabreiroá mineral natural

3 estrellas



Magma de Cabreiroá
con gas carbónico

3 estrellas



Cabreiroá es el único manantial español galardonado con 9 estrellas en los Superior Taste Awards, que han premiado con la máxima puntuación la excelencia y el equilibrio de Cabreiroá. Magma de Cabreiroá Original y Magma de Cabreiroá con Gas.



CABREIROÁ

Agua Mineral Natural de Galicia



35º CONGRESO DE LA EUROPEAN BREWERY CONVENTION

LA RECIENTE EDICIÓN DEL CONGRESO DE LA EBC SE CELEBRÓ ESTE AÑO EN LA CIUDAD DE OPORTO (PORTUGAL) DESDE EL DÍA 24 DE MAYO Y HASTA EL DÍA 28 DEL MISMO MES CON MÁS DE 400 PARTICIPANTES DE DIVERSAS NACIONALIDADES.

En el Centro de Congresos Alfandega se expusieron los 93 pósters con presentaciones científicas relacionados con temas específicos sobre la fabricación, investigación, materias primas, calidad y medio ambiente del sector cervecero y maltero en general. Además de los pósters allí se desarrollaron 65 ponencias principalmente por investigadores científicos pertenecientes a universidades, centros de investigación y cerveceras de diversas nacionalidades.

Como novedad este año, el último día consistió en un "Study Day" en las instalaciones de Unicer que es la empresa que fabrica la marca de cerveza Superbock en Leça do Balio. Allí, acompañados por su equipo técnico, se recorrieron las instalaciones y en cada zona de la fábrica los diferentes proveedores (Scanenergi Solutions, Tecnocon, Meura, Bühler y KHS) explicaron su tecnología y proyectos implantados la misma.

En esta edición la presencia española fue de lo más nutrida. Comenzando por Demetrio Carceller como presidente de Cerveceros de Europa y CEO del Grupo Damm, que impartió una ponencia titulada: "Promoviendo la contribución única hecha por la cerveza y los cerveceros a Europa". Además de una representativa muestra de técnicos de las compañías cerveceras Mahou – San Miguel, Grupo Damm, La Zaragozana, Hijos de Rivera y Cervecería Artesana del Oeste. También estuvieron presentes proveedores españoles como Talleres Landaluce, Ricardo Molina y Belavia 2000.

El director de innovación y desarrollo del grupo Mahou – San Miguel, Benet Fité Luis presidió una sesión de ponencias bajo el epígrafe "Iniciativas basadas en cervecería" en una de las cuales Marta Orive Camprubí presentó los resultados del trabajo "Monitoreo microbiológico de cervezas 0,0 y combinados de cerveza en barriles y sistemas de dispensación". Este grupo cervecero también presentó dos pósters titulados: "Evaluación del sistema MUSEM como una alternativa al tradicional conteo de células y análisis de viabilidad en cervecería" firmado por Nuria Feliu Besora y el de Paula Mata Osoro: "Caracterización de polifenoles por LC-MS/MS en solución de lavado de PVPP como potencial valor añadido de sub-productos"

Hijos de Rivera estuvo presente en la cita internacional con la ponencia de Laura Vázquez Araújo titulada: "Análisis sensorial en la cervecería: del diagrama de araña a los índices de control de calidad" y, con el póster titulado "Diferencias entre lúpulo silvestre y ecológico durante el proceso cervecero" presentado por José Luis Olmedo Nadal para mostrar el resultado de ese trabajo de investigación.

Durante los descansos y tiempo de comida se pudieron degustar un amplio repertorio de cervezas portuguesas tanto de barril, como de botella estando además de los dos mayores grupos cerveceros portugueses Superbock y Sagres las 4 microcervecerías que están asociadas a la Asociación Portuguesa de Productores de Cerveza (APCV): Rolls Beer, Praxis, Vadia y Sovina; todas ellas de una gran calidad.

Durante el congreso se anunció que la 36 edición tendrá lugar en 2017 en la ciudad de Liubliana capital de Eslovenia.



ZUVIT, NUEVA IMAGEN Y NUEVO PRODUCTO

YA ESTÁ DISPONIBLE LA NUEVA IMAGEN DE ZUVIT EN TODOS SUS FORMATOS Y GAMA.

Impulsamos nuestra gama de mostos Zuvit a través del restyling de la marca y del lanzamiento por primera vez de un mosto tinto, que se suma al mosto tradicional que llevamos produciendo y comercializando desde hace más de una década.

Nuestro mosto Zuvit es una bebida elaborada a partir de 100% zumo, que destaca por su aspecto brillante y su sabor dulce y afrutado con notas de miel. Ahora además se amplía la gama, con el lanzamiento de Zuvit tinto. En este caso, se ha trabajado especialmente en conseguir un equilibrio entre la astringencia del zumo de uva tinta y el sabor dulce del zumo de uva blanca con el objetivo de elaborar un mosto diferente que, manteniendo la esencia dulce y afrutada de un mosto, se diferenciase, aportando unas notas astringentes.

Desde este mes de agosto, ya está disponible Zuvit con su nueva imagen aplicada a todos los formatos y variedades, que se implementará progresivamente tanto en Hostelería como en Alimentación.

La nueva imagen, aunque mantiene el naming, comienza por un cambio radical en la imagen de la marca, utiliza materiales más naturales como el papel para la etiqueta y la técnica de acuarela para plasmar el diseño, todos los elementos están pensados para buscar una armonía que nos lleve a una nueva imagen que sigue la tendencia actual de lo natural y puro. Además, este nuevo packaging ayudará a tener una percepción más fresca de Zuvit.

Este cambio de imagen se ha aplicado a los formatos de Zuvit (20 cl y 1 l), tanto en mosto blanco como en el mosto tinto, lo que supone la desaparición de la antigua imagen en todos los elementos de packaging.



III CAMPEONATO DE ESPAÑA DE TIRAJE DE CERVEZA ESTRELLA GALICIA

CELEBRAMOS ANUALMENTE EL CAMPEONATO DE TIRAJE DE CERVEZA ESTRELLA GALICIA CON EL OBJETIVO DE PROMOVER LA CULTURA CERVECERA Y RECONOCER LA LABOR DE LOS BARISTAS COMO UN ESLABÓN FUNDAMENTAL EN LA CADENA DE DISTRIBUCIÓN DE NUESTROS PRODUCTOS.

Tras celebrar la final nacional de la segunda edición de este certamen en Madrid en el mes de abril, con un éxito rotundo de participación, el tercer Campeonato arrancó nuevamente en el mes de mayo.

Campeonato de Tiraaje de Castilla y León

El III Campeonato de Tiraaje arrancó en Valladolid en el marco de la feria profesional, Alimentaria Castilla y León. De entre un total de 30 aspirantes llegados de diversas provincias de la comunidad, sobresalió el nombre de Simón García Sanz, del bar La Torre-Barra de Cuéllar, Segovia. En segundo lugar quedaba Nuria Basurto, de la Asociación de Sumilleres de Burgos. Ambos representarán a Castilla y León en la gran final de Madrid.

Campeonato de Tiraaje de Islas Canarias

El 18 de mayo el certamen se celebraba por primera vez en esta comunidad. De los 30 aspirantes que se

dieron cita en el Gran Hotel Bahía del Duque de Tenerife, fue Violant Pallejá Piqué, del Veinte 04 Surf Café en El Médalo, Tenerife, la que se erigió finalmente como Mejor Tiradora de Cerveza de Canarias. Ella y David Ruiz Zarría, del Big Sur Hotel Boutique, como segundo clasificado, irán a la final en representación de la región canaria.

Campeonato de Tiraaje de Extremadura

El 22 de junio el Campeonato llegaba, también por primera vez, a Extremadura. El Gran Hotel Don Manuel de Cáceres era el lugar donde los 30 aspirantes rivalizarían por convertirse en el mejor tirador extremeño de cerveza Estrella Galicia. Finalmente sería Francisco Javier Refolio, gerente del restaurante Corregidor de Cáceres, el que se llevaría el premio. Por su parte, Santiago Bravo, propietario del pub El Pilar de Navas de Madroño, Cáceres, sería nombrado subcampeón del certamen. Ambos tendrán la oportunidad de alzarse con el título nacional.



Premios

En cada campeonato los cinco finalistas recibieron el premio de su peso en cerveza, y la dotación económica para el campeón es de 600 euros, y para el subcampeón de 400 euros. Se entregaron también tres accésit de 150 euros al tercer, cuarto y quinto clasificado. Así, todos los finalistas recibieron un diploma acreditativo con su clasificación, reservándose para el campeón y el subcampeón la clasificación directa para participar en el Campeonato Nacional, cubriendo sus gastos de desplazamiento y manutención.





YES D' ASTURIES, YES DE CUEVAS

NUESTRA IDEA ES SEGUIR REFORZANDO EL CONCEPTO CREATIVO DE LA CAMPAÑA QUE LANZAMOS EN 2014, BASADO EN LOS EJES ORIGEN Y SALUD, PARA AFIANZAR AGUA DE CUEVAS COMO UN REFERENTE EN ASTURIAS.

12

El principal objetivo de esta campaña es reforzar los principales atributos de la marca, como el origen y la salud, fortaleciendo la vinculación con el consumidor y transmitiendo estos atributos a través de diferentes creatividades. Mantenemos el claim "Yes d' Asturias, Yes de Cuevas", que poco a poco se va fijando en el imaginario del consumidor asturiano y que consolida así el recuerdo de la marca.

Para cumplir con estos objetivos, nuestra estrategia ha sido el seleccionar asturianos reconocidos, que dan credibilidad y aportan cercanía a Agua de Cuevas. Luján Argüelles, presentadora de televisión, y Roberto Álvarez, actor de cine y teatro, han sido los elegidos en esta ocasión. La presentadora, que está embarazada, representa la salud, uno de los atributos más importantes de Agua de Cuevas, y refuerza nuestro posicionamiento como agua indicada para la preparación de alimentos infantiles.

Con el objetivo de incrementar, además, la notoriedad de Agua de Cuevas en Asturias lanzamos esta campaña publicitaria, que tuvo presencia desde el 1 de junio y hasta el 31 de julio en el medio exterior urbano de las tres principales ciudades del Principado, Oviedo, Gijón y Avilés, a través de autobuses urbanos e interurbanos y mupis, así como publicidad en prensa y encartes en las tres revistas más afines a nuestro target.

Para potenciar uno de los ejes de la marca, el origen, este año tuvimos presencia también en algunos medios con motivo de diversos hitos importantes para esta comunidad como el Día de Asturias o el Descenso del Sella, logrando así dar continuidad a nuestra campaña.



+online en mundoHR.com



NUEVA CAMPAÑA DE MAELOC EN GALICIA

LA CAMPAÑA "SERÁS QUIÉN QUIERAS SER" PUDO VERSE EN GALICIA DURANTE TODO EL MES DE JULIO EN VALLAS, MUPIES Y AUTOBUSES.

Maeloc estrenó su segunda campaña publicitaria en soportes exteriores y online en julio. Con el mensaje "Serás quién quieras ser" queríamos potenciar la imagen y personalidad de marca de nuestra sidra, reforzando su filosofía y estilo "Do it your way" y centrándonos en los sabores como valor diferencial y alternativo de Maeloc en el mercado.

A través de una llamativa creatividad basada en lo inusual y la autoconfianza, la nueva campaña nos presentaba a dos personajes; un hombre y una mujer de edad madura que se mostraban en actitud desenfadada, sorpresiva y elegantemente "provocadora". Él, subido a su monopatín y ella luciendo unos coloridos tatuajes que le hacían ver al público que ser joven no es una cuestión de edad, sino de actitud. Asociamos de esta forma el lema de esta campaña: "Serás quien quieras ser" al "Do it your way" que nos acompaña desde la aparición de Maeloc.

Durante todo este mes de julio la campaña estuvo presente en áreas urbanas y semiurbanas con vallas, mupies y autobuses. Estuvo también disponible en internet con contenidos e inserciones afines al público objetivo.



+online en mundoHR.com



HIJOS DE RIVERA, DISTRIBUIDOR EXCLUSIVO DE LAS BODEGAS DOMINIO DE PINGUS, MARQUÉS DE MURRIETA, BELONDRADE Y PAZO DE BARRANTES EN GALICIA

REFORZAMOS NUESTRO PORTFOLIO DE VINOS CON LA INCORPORACIÓN DE UNA AMPLIA VARIEDAD DE REFERENCIAS DE ALTO PRESTIGIO INTERNACIONAL. VINOS DE CULTO COMO PINGUS, EL MÁS EXCLUSIVO DE ESPAÑA, Y MARQUÉS DE MURRIETA, QUE HA SIDO NOMBRADA EN 2015 "MEJOR BODEGA DEL MUNDO"; HAN DEPOSITADO SU CONFIANZA EN NUESTRA COMPAÑÍA.

Hijos de Rivera es el nuevo distribuidor exclusivo en Galicia de los vinos de las bodegas Marqués de Murrieta, Dominio de Pingus, Pazo de Barrantes y Belondrade. De esta forma, nuestra compañía comercializará todos los vinos de estas bodegas en la región, tanto los que provienen de la DOCa Rioja, de Marqués de Murrieta, los de Ribera del Duero como Dominio de Pingus, la DO Rueda de Belondrade, y aquellos que responden a la Denominación de Origen Rías Baixas, de Pazo de Barrantes.

Vinos de culto como Pingus o la que ha sido nombrada Mejor Bodega

del Mundo en 2015, Marqués de Murrieta, presentan una gama de vinos de alto posicionamiento, que a partir de ahora impulsarán su presencia en Galicia. De este modo, nuestra empresa refuerza su portfolio de vinos con la incorporación de referencias de reconocido prestigio nacional e internacional.

Dominio de Pingus presenta algunos de los vinos más escasos y exclusivos del mundo bajo la batuta del afamado enólogo danés Peter Sisseck. En la DO Ribera del Duero, elabora Pingus, el vino más exclusivo y caro de España, reconocido repetidas veces con la máxima valoración de 100

puntos por la prestigiosa lista Parker, además de Flor de Pingus y PSI.

Por parte de Marqués de Murrieta, bodega de la DOCa Rioja, encontramos etiquetas de referencia como Castillo Ygay, Dalmau, Marqués de Murrieta y Capellania; y de Pazo de Barrantes, DO Rías Baixas, proceden algunos de los mejores albariños del mundo, como es el caso de Pazo de Barrantes y La Comtesse.

Se suma además la DO Rueda a través de la bodega familiar de referencia en la zona, Belondrade, con un vino 100% verdejo, Belondrade y Lurton, que ha sido calificado como uno de los mejores blancos del país.





CAMPAÑA DE PATROCINIOS EN TELEVISIÓN

DEL 3 AL 21 DE JUNIO, ESTRELLA GALICIA ESTUVO PRESENTE EN LOS PROGRAMAS DE MÁXIMA AUDIENCIA DE TELEVISIÓN.

Patrocinamos los programas de máxima audiencia de los canales, Atresmedia y Mediaset. Una campaña de patrocinios que ha estado vigente hasta la tercera semana de junio con una pieza publicitaria de 10 segundos, que acompañó a las diferentes series y programas de entretenimiento de estos canales, en la franja de mayor audiencia televisiva.

Algunos de los programas en los que estuvimos presentes son: *El Hormiguero*, *Pekín Express*, *Vis a Vis* y *El Rincón de Pensar*, en Antena 3; *El Príncipe* y *La Voz*, en Telecinco; *Blockbuster*, *Cuarto Milenio*, *Cuatro Deportes 2* y *Gym Tony*, en Cuatro; *Pesadilla en la Cocina*, *Refugiados*, *En el Aire*, *El Último Mono* y *La Sexta Deportes 2*, en La Sexta. En total, una veintena de programas afines a nuestro target.

Esta campaña de patrocinios tiene como objetivo incrementar la notoriedad, posicionándonos en la entrada y la salida de los programas de mayor éxito, donde se concentra gran parte de la audiencia.

Complementamos esta acción, con una campaña en prensa, ya que durante tres semanas estuvimos en los diarios deportivos *Marca* y *As*, así como en los suplementos dominicales, *EPS* y *XL Semanal*.



'PRODUCT PLACEMENT', EN PEKÍN EXPRESS

POR PRIMERA VEZ, NUESTRA CERVEZA ESTRELLA GALICIA SE LANZÓ A LA AVENTURA CON UN PROGRAMA DE Telerrealidad A TRAVÉS DE LA TÉCNICA DEL PRODUCT PLACEMENT.

En esta nueva edición del programa *Pekín Express*, conducido por Cristina Pedroche, los concursantes comenzaron la aventura en Birmania, pasando por Malasia y con Singapur como destino final. Estrella Galicia estuvo presente en diversos capítulos del concurso televisivo, concretamente en 3 pruebas de recompensa, en los programas 3, 4 y 5. A lo largo de estos capítulos, en diferentes situaciones, los concursantes bebían nuestra cerveza o brindaban con ella.

Pekín Express se suma, de este modo, a las cuatro series españolas en las que hemos estado presentes en 2015: *Bajo Sospecha*, *Aquí Paz* y *Después Gloria*, *La que se acerca* y *Sin identidad*. Series de éxito que continúan ayudándonos a posicionar nuestra cerveza en la mente del consumidor.



granini[®]

Solo
la mejor fruta





ESTRELLA GALICIA, "SAGAS FAMILIARES"

LANZAMOS DOS NUEVOS ANUNCIOS DE TELEVISIÓN DE ESTRELLA GALICIA 0,0 CON LA PARTICIPACIÓN DE LOS PILOTOS CAMPEONES DEL MUNDO, ÁLEX Y MARC MÁRQUEZ, Y EL PILOTO DE FÓRMULA 1, CARLOS SAINZ JR.

En el mes de abril pudimos ver el nuevo spot de Estrella Galicia 0,0 de los hermanos Márquez en todas las cadenas de televisión de los grupos Atresmedia y Mediaset. El anuncio de Carlos Sainz Jr se estrenó en junio en las mismas cadenas de televisión y coincidiendo con el Gran Premio de España de Fórmula 1.

Ambos anuncios se enmarcan dentro de nuestra campaña "Sagas familiares", que trabaja para reforzar el posicionamiento premium de nuestra cerveza a través de la asociación de Estrella Galicia a otras familias de éxito que, al igual que nosotros, han conseguido cosas extraordinarias a través del esfuerzo, el talento, la tradición y la pasión por lo que hacen.

En esta ocasión, tanto la familia Márquez como la familiar Sainz representan el valor de la tradición familiar vinculada al mundo del deporte, así como del esfuerzo y la superación, al haberse proclamado Campeones del Mundo de Motociclismo en el caso de los Márquez y con el apoyo de Estrella Galicia 0,0 desde sus inicios.

Al lanzamiento de estos anuncios de televisión acompañó una campaña en medios digitales que se pudo ver en las redes sociales Youtube y Facebook, así como en los portales de noticias deportivos *As* y *Marca*. Estuvo, además, acompañada de diversas inserciones en prensa; en suplementos dominicales (*EPS* y *XL Semana*) y en los dos principales periódicos deportivos en prensa convencional, *As* y *Marca*.

Making off

Junto a estos dos nuevos anuncios, lanzamos un making off de la campaña, que está disponible en el canal de Youtube de Estrella Galicia. Se trata de un video muy especial con los mejores momentos del rodaje y en el que aparecen cuatro "sagas familiares" de nuestra empresa. Entre ellos, nuestro CEO, Ignacio Rivera conversa con el protagonista del spot, el "Calvo de la Lotería" para explicarle por qué no todo es cuestión de suerte.





PRAZER, ESTRELLA GALICIA

ESTRENAMOS CAMPAÑA A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES EN BRASIL, EN LAS QUE NUESTRA MARCA ESTÁ TENIENDO UNA GRAN ACOGIDA.

Con el objetivo de generar notoriedad de marca, Estrella Galicia lanzó su nueva campaña publicitaria en redes sociales y entorno 2.0 en Brasil a finales de junio. La meta no era otra que darnos a conocer al consumidor brasileño con una campaña basada en el posicionamiento Premium de nuestra marca, y que trabaja sobre los ejes de calidad de producto así como en la tradición y la cultura cervecera que atesora desde 1906.

Para ello hemos recuperado el concepto de nuestra campaña del año 2011 "Deberíamos conocernos" y lo hemos adaptado al mercado brasileño, creando situaciones y escenas afines al consumidor brasileño, bajo el claim "Prazer, Estrella Galicia". La palabra "Prazer" es una expresión coloquial para las presentaciones muy utilizada en Brasil, que nos permite por un lado presentar nuestra cerveza en sociedad, y por otro lleva implícito en su nombre la sensación agradable y satisfactoria de su consumo, lo cual ayuda a plasmar a la perfección nuestros dos principales fines: darnos a conocer y transmitir la calidad de nuestra cerveza en este mercado.

La campaña tuvo difusión a través del perfil de Estrella Galicia Brasil en Facebook, en la que en apenas un mes de existencia contaba con más de 57.000 seguidores además de una gran interacción por parte de los consumidores, convirtiéndose en la plataforma ideal para establecer nuestro diálogo de marca con los consumidores. No en vano Facebook se sitúa como la red social líder en Brasil con más de 100 millones de usuarios.

Estrella Galicia presenta en el spot situaciones cotidianas afines al consumidor brasileño y al desarrollo de posicionamiento de marca (conciertos de música, celebraciones de tu equipo o momentos de disfrute con amigos en la playa), cuenta el número de veces en las que el consumidor se ha podido ver en alguna de esas situaciones a lo largo de su vida y le hace ver que probablemente haya llegado el momento de conocer una cerveza como la nuestra: "Prazer, Estrella Galicia".



twitter.com/Estrella_Brasil



www.facebook.com/estrellagalicia00br



www.facebook.com/estrellagaliciabr



www.youtube.com/channel/UCWLRHGKSWXDEJf5oJaaVztA



www.youtube.com/user/EstrellaGalicia00Br



online en mundoHR.com



ESTRELLA GALICIA EN EL ARDE LUCUS

Lugo reivindica cada año su pasado romano con la celebración del Arde Lucus, una fiesta declarada de Interés Turístico que cada año se consolida como una de las más multitudinarias y representativas de todas las que se celebran en Galicia. En esta última edición, Estrella Galicia ha sido galardonada con el título de *Civis honoris*, ciudadano de honor, una distinción que la ciudad de las murallas otorga cada año a personas e instituciones de especial relevancia.



✦ GALARDONES ✦



7 MEDALLAS EN EL INTERNATIONAL CIDER CHALLENGE

EL JURADO DEL CONCURSO INTERNATIONAL CIDER CHALLENGE 2015 HA PUBLICADO LA LISTA OFICIAL DE PREMIOS DE LA EDICIÓN 2015, EN LA QUE NUESTRAS SIDRAS MAELOC HAN CONSEGUIDO SIETE GALARDONES.

Con una cata ciega el panel otorgó 8 medallas de oro, 47 de plata y 82 de bronce. De entre los oros, 6 Trofeos fueron otorgados a la mejor sidra dentro de cada categoría.

Maeloc Seca ha sido premiada con el máximo Trofeo al Sabor y nuestras sidras con sabor a Mora y a Fresa, las Sidras Natural, Extra, Dulce, y Sin, han recibido la Medalla de Bronce.

Muchos de los participantes provenían de mercados sidreros tradicionales como Reino Unido, Irlanda y Francia, pero también sidras procedentes de Australia, Canadá, Croacia, Dinamarca, Japón, Polonia, España, Sudáfrica, Nueva Zelanda y Estados Unidos, lo que refleja el alcance internacional que ahora disfruta el sector.

Maeloc triunfa en este certamen en cuyo panel de cata participan técnicos sidreros, críticos de bebidas, productores y compradores de las principales cadenas de alimentación de Reino Unido. Nuestras sidras reciben con estos premios, un importante reconocimiento a nivel internacional en uno de los concursos con mayor trascendencia en el sector.

En este contexto, en el que la calidad de los productos presentados es cada vez mayor y más diversa, como así han señalado desde el jurado, Maeloc ha sido una de las grandes destacadas al adjudicarse siete galardones.

De entre ellos destaca significativamente el Trofeo Especial al Sabor recibido por Maeloc Seca en la categoría de Dry Ciders, por ser ésta la tipología "reina" de las sidras en el Mercado anglosajón, donde su tradición es centenaria. Las Medallas obtenidas por las sidras de Sabores refrendan nuestra apuesta por la innovación y la proximidad a las tendencias del Mercado.

Sin duda alguna que estos éxitos vienen determinados por las políticas de calidad aplicadas desde Chantada por Custom Drinks y refuerzan el compromiso con la elaboración de sidras a partir de las manzanas autóctonas gallegas, procedentes de más de mil cultivadores, impulsando así la actividad agroindustrial de nuestro medio rural.



PREMIOS "ITQI" PARA CABREIROÁ Y 1906

LA CALIDAD Y EL SABOR DE NUESTRAS AGUAS Y CERVEZAS HA SIDO RECONOCIDA EN LA ÚLTIMA EDICIÓN DE LOS PREMIOS QUE OTORGA EL INTERNATIONAL TASTE AND QUALITY INSTITUTE DE BRUSELAS.

Cabreiroá y 1906 han recibido el prestigioso Premio Internacional ITQI al Sabor Superior. El International Taste and Quality Institute de Bruselas les ha concedido las 3 Estrellas de Oro, la máxima calificación del Superior Taste Award 2015, por su excelente Calidad y por su Sabor Superior a Magma de Cabreiroá con gas añadido, Cabreiroá mineral natural, 1906 Red Vintage y 1906 Reserva Especial. Por su parte, 1906 Black Coupage ha sido destacada con una Estrella de Oro y Magma de Cabreiroá Original, con dos.

Todos estos productos han obtenido calificaciones cercanas a los 90 y 100 puntos en las cinco categorías que evalúa el jurado de estos premios, que está formado por las instituciones culinarias más prestigiosas de Europa. Entre ellas, los Maitres Cuisiniers de Francia y Bélgica, The Academy of Culinary Arts, la Federación de Asociaciones de Cocineros o la Académie Culinaire de Francia.

En el apartado de cervezas, 1906 Red Vintage ha obtenido la máxima puntuación en la categoría Apariencia con un 100 sobre 100. En el caso de esta cerveza, además, recibe las 3 Estrellas de Oro por tercer año consecutivo lo que le ha valido para ser reconocida con el premio Crystal Award, que concede esta institución. En el caso de Magma de Cabreiroá Original este premio da continuidad a la obtención de las 3 Estrellas de Oro en la última edición de 2014.

Nuestros productos reciben un importante respaldo a nivel internacional con la obtención de estos galardones, que destacan las cualidades de productos de todo el mundo en una cata a ciegas, sin envoltorio o envase y sin ningún tipo de identificación. La evaluación de los líderes de opinión que participan en este certamen contribuye a reforzar nuestro posicionamiento Premium en el mercado.



QUENZA SE IMPONE EN LA 'IX CATA DE AUGARDENTES DE GALICIA'

NUESTRO AGUARDIENTE RECIBIÓ EL PREMIO 'POTE DE OURO' EN LA ÚLTIMA EDICIÓN DE ESTE CERTAMEN QUE ORGANIZA LA CONSELLERÍA DO MEDIO RURAL.

Nuestro aguardiente Quenza fue uno de los protagonistas en el mes de junio al recibir más alto galardón en la categoría, el Premio 'Pote de Ouro', al Mejor Aguardiente de Galicia. Un certamen que organiza la Consellería do Medio Rural para reconocer la calidad de los productos gallegos, y que se suma a los que organiza esta entidad al reconocer también los mejores vinos y los mejores licores tradicionales que se elaboran en Galicia.

El presidente de la Xunta, Alberto Núñez Feijóo presidió el acto de entrega de premios que tuvo lugar el día 29 de junio en el Hostal dos Reis Católicos, de Santiago de Compostela. Por parte de Custom Drinks, recogió el Premio Francisco Alabart, Director General de HR Incorp.

En esta edición, nuestro aguardiente Quenza se ha impuesto con el Primer Premio en la 'IX Cata de Augardentes 2015', en la que han participado un total de 37 marcas de aguardientes y licores gallegos. En segunda posición, el Premio 'Pote de Prata', ha sido para el destilado de la bodega Pazo de Señoráns.

El jurado de este certamen ha estado compuesto por siete expertos en análisis sensorial, procedentes de asociaciones, centros tecnológicos y científicos vitivinícolas, consejos reguladores de vinos, restauración y medios de comunicación especializados, que evaluaron cada una de las muestras presentadas.



1906 CONQUISTA EL WORLD BEER CHALLENGE 2015

EN SU PRIMERA PARTICIPACIÓN EN LOS PREMIOS REFERENTES DEL SECTOR, 1906 BLACK COUPAGE CONSIGUIÓ UNA MEDALLA DE ORO CON LA MÁXIMA NOTA DEL CERTAMEN, MIENTRAS 1906 RESERVA ESPECIAL LOGRÓ OTRA MEDALLA DE ORO Y 1906 RED VINTAGE, UNA DE PLATA.

Nuestras cervezas de la familia 1906 triunfaron en el World Beer Challenge 2015. En la quinta edición de los premios 'International Brewery Awards', celebrados en Estoril, nuestra cerveza 1906 Black Coupage, última incorporación a la familia 1906, fue la gran triunfadora, al obtener una Medalla de Oro con la máxima puntuación de este concurso, 98 sobre 100, superando a otras 481 marcas de cerveza de todo el mundo que optaban al premio. Esta distinción otorgada por los mayores expertos del sector a nivel mundial es un importante reconocimiento a la calidad y el sabor de nuestra cerveza dark lager.

Tanto 1906 Reserva Especial como 1906 Red Vintage fueron, también, grandes protagonistas en el palmarés de esta edición de 2015. 1906 Reserva Especial, siguió muy de cerca a 1906 Black Coupage con otra Medalla de Oro y 97 puntos, y 1906 Red Vintage obtuvo una Medalla de Plata con 81 puntos sobre 100. El World Beer Challenge reconoció así el sabor y el carácter único de nuestras cervezas de la familia 1906, que son las interpretaciones más personales de nuestros maestros cerveceros, fiel reflejo de su pasión, su dedicación y su compromiso por brindar el mejor producto a nuestros clientes.

1906, la familia de cervezas más laureada

Estos premios se suman a una larga lista de distinciones de prestigio obtenidas por las cervezas de la familia 1906, en los certámenes más destacados del sector en los últimos años. A los premios que concede el World Beer Challenge se suman las distinciones que otorga el Instituto Monde Selection y el International Taste and Quality de Bruselas.



Mucho más que un trabajo.

¿Tu empresa necesita profesionales?

**Cruz Roja te ayuda a encontrar a las personas
más idóneas para cada puesto de trabajo.**

Más información:

www.emprego.cruzvermella.org

galicia@cruzroja.es

981221000

- + Igualdad de Oportunidades
- + Empleabilidad
- + Inclusión social



UNIÓN EUROPEA
Fondo Social Europeo
El FSE invierte en tu futuro

PO. Plurirregional Lucha contra la Discriminación 2007-2013



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE EMPLEO
Y SEGURIDAD SOCIAL

Cada vez más cerca de las personas





XVII TORNEO VICTORIA MEMORIAL MONCHO RIVERA

EL CAMPEONATO DIO ESTE AÑO UN PASO ADELANTE EN SU VOCACIÓN DE APOYO AL DEPORTE BASE Y CELEBRÓ UN PARTIDO BENÉFICO ENTRE EL RC DEPORTIVO DE LA CORUÑA Y EL CD LUGO EN EL ESTADIO DE RIAZOR. MONCHO RIVERA, MIEMBRO DE LA QUINTA GENERACIÓN DE LA FAMILIA RIVERA Y NIETO DE MONCHO RIVERA RIGUERA, ENTREGÓ EL TROFEO AL CAMPEÓN Y EL CHEQUE DONATIVO CON LA RECAUDACIÓN DE LA TAQUILLA, QUE SE DESTINÓ A LA COCINA ECONÓMICA DE A CORUÑA.

A la habitual y completísima agenda de encuentros de las categorías inferiores, que desde el 29 de agosto al 16 de septiembre enfrentaron a equipos infantiles, juveniles, cadetes y femeninos del Victoria FC con otros rivales gallegos, se sumaba este año el partido estrella de este torneo: un derbi gallego en el estadio de Riazor entre el Deportivo de La Coruña y el Club Deportivo Lugo.

Este encuentro de alto nivel tenía un fin benéfico, y es que la recaudación íntegra de la taquilla sería destinada a la Cocina Económica de La Coruña. En torno a 10.000 aficionados asistieron, dejando 27.215 euros, a razón de los 10 que costaba cada

entrada, siendo sólo 5 para los socios del Deportivo y gratis para los niños menores de 14 años.

En el plano deportivo, el Deportivo de La Coruña se alzó con el trofeo de campeón en la tanda de penaltis. Y es que el encuentro llegó al término de los 90 minutos reglamentarios con empate en el marcador, después de que el Lugo consiguiera remontar una desventaja de 2 goles. Así, Lucas Pérez marcaba por partida doble para los herculinos antes de que llegara el minuto 20 de la primera parte, pero Molinero en la primera y Joselu en la segunda mitad ponían las tablas en el marcador para los lucenses. En la tanda de penaltis

David Gómez, meta del Deportivo, detendría dos penas y daría así el trofeo de campeón a su equipo.

Este torneo rinde homenaje a la figura de D. Ramón Rivera Riguera, perteneciente a la tercera generación de la familia Rivera, fue uno de los fundadores del club Victoria e impulsó este Torneo que ahora cumple diecisiete años, pero que durante casi treinta estuvo desaparecido. En 2009, dicho club quiso reconocer la labor de su impulsor en apoyo al deporte de base, bautizando este campeonato con su nombre y recuperando la esencia de sus primeros años, con el apoyo de Hijos de Rivera.





NUESTRAS CERVECERÍAS ESTRELLA DE GALICIA

CONSIDERADAS “TEMPLOS” DE LA CERVEZA PARA NUESTROS CONSUMIDORES, LAS CERVECERÍAS ESTRELLA DE GALICIA EJERCEN DE EMBAJADORAS DE NUESTRAS MARCAS Y NOS PERMITEN CONOCER MEJOR LAS NECESIDADES DE LOS CLIENTES DETALLISTAS.

22



Giste Cervecería es una empresa 100% del grupo Hijos de Rivera, que nació en el año 2001 con el objetivo de gestionar y liderar el proyecto de expansión y posicionamiento de las marcas “La Cervecería” y la “Estrella de Galicia”, todo ello sin perder la referencia que marca el origen cervecero y que busca aunar locales de último diseño con excelente calidad gastronómica.

Con cuarenta años de historia, la cervecería de A Coruña es el alma y el origen de este negocio y supuso el inicio de un proyecto que creció en los años 90 con la creación de las cervecerías: “Estrella de Galicia” de Vigo, Madrid-La Moraleja y Madrid-Pozuelo en 2010. Cuatro establecimientos que gestiona Giste en los que está presente todo el portafolio de la Compañía.

La primera cervecería, la de Cuatro Caminos, en A Coruña, nació a mediados de los años 70 ligada a la construcción de la nueva fábrica de cerveza ubicada en el polígono de A Grella.

Gracias a la tercera generación de la familia Rivera el espacio que ocupaba la antigua fábrica se convirtió en una cervecería, que hoy en día sirve alrededor de dos millones de cervezas al año y que se ha convertido en la que la que más cañas sirve de toda España.

“La Cervecería” de Cuatro Caminos es un icono de la ciudad de A Coruña. Un lugar de obligada visita para todos los visitantes y para los propios coruñeses, que se reúnen para disfrutar de todos los productos de Hijos de Rivera; incluida la Cerveza de Bodega, que llega directamente de la fábrica al establecimiento a través de un innovador sistema de tanques.

Este sistema se desarrolló en los años 2013-2014, con motivo de la última remodelación de esta cervecería. Permitted aumentar la capacidad de los tanques, pasando de 8.000 litros a 9.000 litros de cerveza y permitió garantizar una rotación semanal de 10.000 litros de cerveza. Junto a esto, en los últimos años se ha hecho una fuerte apuesta





por acondicionar la Cervecería en su conjunto, la cual a lo largo de cuarenta años ha sido fiel testigo de la historia de la empresa.

En cuanto a su distribución, la Cervecería cuenta con dos espacios. Una zona inferior, amplia, en la planta baja, donde se pueden degustar raciones y pinchos acompañados de nuestra cerveza, y otra en la segunda planta, de carácter más formal, con reservados, que cuenta con una carta más amplia y un servicio especial de restauración. En ambas zonas, nuestros clientes pueden disfrutar de un menú de gran calidad y de una amplia oferta de platos típicos de la gastronomía gallega.



Cervecería Estrella de Galicia, en Vigo

Situada en la céntrica Plaza de Compostela, la cervecería de Vigo abrió sus puertas en la década de los 90.

Con la reciente reforma de 2015, esta Cervecería ha experimentado un cambio sustancial a nivel decorativo y ha introducido una innovadora oferta gastronómica, con platos de cocina típica gallega con un toque moderno.

La cervecería de Vigo cuenta ahora con un espacio amplio compuesto por dos comedores y dos terrazas, una exterior y otra interior de nueva creación. En este último espacio, en la terraza interior se han dispuesto nuestros tanques de cerveza verticales, un proyecto innovador y de nueva creación en la Compañía. Los tanques se han diseñado en color negro y con imagen de Cerveza de Bodega. También se ha creado una zona de mesas altas, donde nuestros clientes pueden disfrutar de una comida informal acompañada de nuestros productos, y se ha creado un córner con imagen de 1906, especialmente diseñado para este espacio.



Cervecerías Estrella de Galicia, en Madrid

Nuestra cervecería de La Moraleja fue inaugurada en el año 2002. Este establecimiento se convirtió en punto de referencia para la expansión de nuestra Compañía y el lanzamiento de nuestras marcas en la capital.

Situada en la Avenida Europa, la cervecería de La Moraleja también ha experimentado este año un cambio significativo, ya que la capacidad del establecimiento se ha visto incrementada gracias a la adquisición del local anexo. Así, se ha aprovechado la ocasión para actualizar la decoración, crear zonas de consumo nuevas y actualizar otras existentes.

En este sentido, se ha creado una terraza nueva totalmente exterior y la anterior se ha reconvertido en una terraza interior. También se ha

creado una zona nueva de comedor, con paneles modulares, que permiten crear distintos reservados en función de las necesidades de los clientes. Junto a esto, la zona de barra se ha remodelado estéticamente a través de mobiliario industrial con materiales como el metal y la madera, que predominan en este tipo de decoración.

Estos espacios intentan responder a los diferentes tipos de clientes de nuestra cervecería de La Moraleja y los distintos momentos de consumo existentes, que van desde una comida de negocios, hasta una comida informal y familiar, de fin de semana. Por este motivo, se ha optado por una decoración que combina diferentes estilos y que se adapta a diferentes momentos.

Por su parte, la Cervecería de Pozuelo abrió sus puertas en el año 2010. Como la de La Moraleja, la de Pozuelo está situada a la Avenida de Europa,

pero en una zona más residencial. Esto hace que numerosas familias se acerquen a disfrutar de nuestro local y que el horario de mayor afluencia de público sean los fines de semana. En ella destaca una amplia terraza a dos alturas, muy agradable, en la que también se pueda disfrutar de una copa "afterwork" cualquier día entre semana, siendo así una opción para otro tipo de consumidores que deciden visitar nuestra cervecería.

La oferta gastronómica en ambos locales de Madrid combina platos típicos de la cocina gallega y de otras regiones españolas. Siempre respetando la tradición, pero con un toque fresco y moderno.

Nuevos retos

Giste Cervecera emprende como nuevo reto para finalizar este año la apertura de un local en el centro de Madrid, concretamente una Cervecería en la calle Gran Vía.

1906
BLACK
COUPAGE

la oveja
negra de
la familia



CERVEZA LAGER NEGRA

#1906ovejanegra

1906 BLACK COUPAGE recomienda el consumo responsable. Alc 7,2% Vol.



PAUL TRAN

DIRECTOR DE RECURSOS HUMANOS

“El secreto es hacer que las personas podamos desempeñar nuestras funciones en el mejor entorno profesional posible”

¿Qué son los Recursos Humanos?

Aunque en los últimos años se está intentando redefinir la función de Recursos Humanos, creo que en el fondo sigue siendo la misma de siempre. Desde mi punto de vista, las empresas tienen que gestionar dos activos muy importantes y relacionados entre ellos. Por un lado, el negocio con sus distintos productos y canales y, por otro, un activo cuyo valor es difícil de valorar pero que siempre marca la diferencia: las

personas. En RRHH nos dedicamos a ayudar a que el negocio y los equipos vayan en la misma dirección. Para mí, el secreto está en adaptar a nuestra empresa soluciones prácticas y sencillas que hagan que las personas podamos desempeñar nuestras funciones en el mejor entorno profesional posible. La clave es encontrar cómo enlazar el negocio con las personas para conseguir el mejor resultado en cada momento o en cada proyecto. Cada aspecto de nuestra

gestión tendrá su impacto, como la selección de personas que encajen con nuestra cultura, la formación que debe hacer posible que la gente crezca al mismo ritmo que la empresa o las políticas de compensación.

¿Qué se entiende por Compensación? ¿Todos lo entendemos de la misma forma?

La Compensación no es solo el salario. El concepto de compensación

MUY PERSONAL

Edad: 45
Estado civil: casado
Una comida: un buen cocido o cualquier plato de cuchara
Una bebida: la reserva especial 1906
Aficiones: cocinar y tocar el piano
Ciudad favorita: París
Un libro: *Los Miserables* / *El Señor de los Anillos*
Una película: *Forrest Gump*
Una canción: *Bohemian Rhapsody* (Queen) / *La Bohemia* (Charles Aznavour) / *September* (Earth Wind & Fire)
Un momento: el nacimiento de mis hijos
Un reto: ser un buen padre
No soporta: la falta de puntualidad y la pasividad
Una disculpa: "me equivoqué, lo siento"

es global e incluye muchos aspectos. Hay cosas que no tienen necesariamente un valor monetario pero que son igual de importantes, como por ejemplo los horarios, el entorno de trabajo, la relación con los jefes, con los compañeros... Al final no todo hoy en día es dinero y además, no es precisamente lo que la gente valora más. Cada día, somos más los que queremos trabajar en una empresa donde encontrarse a gusto, una empresa con la que nos identificamos por sus valores y también en la que uno se sienta valorado. Al final, esta faceta de la gestión de personas está evolucionando, como todas las demás, hacia un modelo cada vez más individualizado. Hay personas que le dan más importancia a la parte variable de su salario porque está directamente relacionada con sus objetivos, y sin embargo otras personas le dan más importancia al entorno, los horarios o la conciliación... Al final, en RRHH tenemos que anticiparnos y adaptarnos para ofrecer el servicio que nos pidan las personas de la organización.

Hablamos sobre Formación y Desarrollo Profesional, como camino hacia la Gestión de talento. Uno de los primeros objetivos del Plan Estratégico 2015-2017.

Estamos hablando de identificar a las personas de la organización que tienen posibilidades de desarrollo o a aquellas personas que tienen un mejor desempeño de sus tareas, para que reciban formación en el ámbito que requieran o para tomarlas en cuenta

para nuevos proyectos. Pero también estamos trabajando en ofrecer más oportunidades de formación continua en función de cada uno de los colectivos de nuestra empresa. En este sentido, hemos diseñado una nueva estructura del departamento para dar una respuesta que aporte más valor, más rápida y cercana a las distintas áreas de la Compañía y para que sus responsables nos trasladen esas necesidades. Es uno de los objetivos más importantes de nuestro Plan Estratégico en el que todo equipo de RRHH se está volcando: ayudar a la organización a fomentar el talento y ayudar a nuestros compañeros a lograr el máximo desempeño posible.

¿Qué es una "marca empleadora"? ¿Cómo vamos a trabajar la Selección de personas, otro de los objetivos del Plan Estratégico?

Queremos que la Compañía tenga más visibilidad para los posibles candidatos y al igual que hemos sabido desarrollar la notoriedad de nuestra marca como producto, queremos desarrollar también nuestra marca como empleador. Tener un buen sistema de selección de personas es básico para identificar y atraer el talento del mercado. De todas las actividades de RRHH, es lo que más tiempo requiere pero es fundamental para garantizar el encaje con nuestra cultura y nuestra forma de hacer las cosas. Tenemos que ser expertos en el mercado y estar en contacto con los candidatos que mañana podrían formar parte de nuestro proyecto. Queremos convencerles de unirse a nosotros

y por eso hemos elegido el eslogan "¿Te unes a soñar con nosotros?". Uno de nuestros ejes de trabajo inicial ha sido desarrollar nuestra presencia en LinkedIn, donde hemos creado una página para Hijos de Rivera S.A.U. que recopile información sobre nuestra empresa, sus propuestas de empleo, sus profesiones, etc.

¿Qué procesos de Recursos Humanos va a integrar SAP?

Nuestro proyecto de integración en SAP tiene tres pilares principales: la definición de la estructura corporativa, la definición de la información principal de cada empleado/a y la gestión administrativa de personal y de nómina. El nuevo sistema de gestión empresarial (E.R.P.) permitirá al empleado/a acceder a su información y gestionarla directamente de forma más ágil. Por parte de RRHH podremos gestionar mejor la vida laboral de cada colaborador/a (altas, bajas, modificaciones, etc.) y por parte de las personas, que cada una pueda consultarla o modificarla. A medida que vayamos integrando funciones de RRHH en SAP podremos ofrecer más servicios: solicitar las vacaciones, recibir certificados de impuestos o recibos de nómina, confirmar horas de trabajo y a partir de ahí todos los intercambios de información entre el trabajador y la empresa. También podremos incluir funciones de interacción con el responsable jerárquico, que podrá ver las solicitudes o demandas de su equipo y aprobarlas, entre otros asuntos.



MARCOS LODEIRO

DIRECTOR CANAL DE HOSTELERÍA

CERVECERÍAS DE BODEGA, UN MODELO DE NEGOCIO EN EXPANSIÓN

SON MUCHO MÁS QUE LOCALES. CADA CERVECERÍA DE BODEGA ES UNA ESTANCIA DE NUESTRA CASA EN LA QUE MOSTRAMOS LO MEJOR DE NOSOTROS. Y LA PARCELA NO PARA DE CRECER. NUESTRA EXPANSIÓN EN EL MERCADO NACIONAL HA SUPERADO YA LAS PREVISIONES DEL PERIODO ESTRATÉGICO Y EL NÚMERO DE CERVECERÍAS DE BODEGA AUMENTA A BUEN RITMO. PERO MÁS ALLÁ DE LAS CIFRAS, HEMOS LOGRADO DESARROLLAR UN MODELO DE NEGOCIO QUE FUNCIONA POR SÍ MISMO COMO UN ARGUMENTO COMERCIAL Y ASPIRACIONAL.

28



En nuestra Compañía hace ya tiempo que comprendimos la importancia de ser los primeros en poner en valor nuestro producto y saber hacer. La diferenciación y la especialización son el eje central de nuestro esfuerzo por aportar valor añadido a nuestros clientes y consumidores, en línea con nuestro posicionamiento Premium.

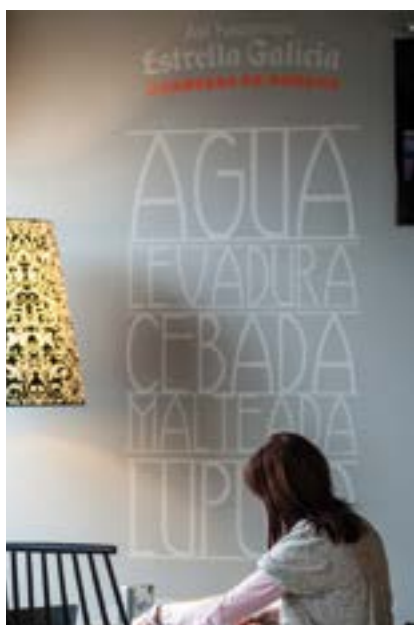
Desde que hace algunos años el Área de Cerveza de Bodega se convirtió en la punta de lanza para el desarrollo de la Compañía a nivel nacional, las Cervecerías de Bodega se han convertido en los emblemas de nuestra filosofía y de nuestra cultura cervecera.

La apertura de cada nuevo local de Cerveza de Bodega se afronta como el de nuestra propia casa,

en la que mostrar lo mejor de nosotros. Y cada día lo hacemos en más lugares. A pocos meses de finalizar 2015 y, con él, un periodo estratégico, los objetivos previstos se han cumplido y el número de cervecerías de Bodega en España crece a buen ritmo.

Las cifras son la materialización más clara de otro objetivo en constante desarrollo: la capitalización de marca y la consolidación de las Cervecerías de Bodega como un modelo de negocio.

El patrón que nos está guiando en esta expansión se basa en cuatro sólidos pilares: el desarrollo del portfolio, la formación hostelera, la rotación y la integración de imagen.



Únicos e inconfundibles

No hay dos Cervecerías de Bodega iguales, pero nuestra identidad es inconfundible en todas ellas. La concreción del territorio de marca y un código de comunicación propios, son las claves que están convirtiendo estos establecimientos en argumentos de venta en sí mismos, con un marcado carácter aspiracional.

Hemos puesto mucho empeño en que el consumidor sepa que está ante nosotros cuando pasa frente a una Cervecería de Bodega Estrella Galicia. La variedad y flexibilidad de elementos visuales que empleamos en la integración

de marca ha crecido para adaptarse a todo tipo de establecimientos y en el último año se ha llevado a cabo un proceso de homologación de instaladores y fabricantes. Asimismo, se ha establecido una dinámica de supervisión y control de integración y se han protocolarizado las visitas a clientes para reforzar portfolio, formación e imagen.

El cuidado en la selección de columnas, mensajería y otros elementos decorativos singulares, está enfocado a hacer que los locales hablen por nosotros. Y los tanques, los elementos visuales más significativos, han evolucionado hacia el formato vertical y nuevos

diseños, que refuerzan la imagen de marca y mantienen la omnipresencia del producto en el local.

El siguiente paso llegará con una aplicación móvil que incentive la interacción con el cliente y el Plan Fidelis, una plataforma digital de gestión de incentivos.

El futuro pasa por consolidar estos resultados, manteniendo el foco en la generación de valor añadido con todos los recursos a nuestro alcance y grandes dosis de originalidad. Un trabajo coordinado entre nuestra fuerza comercial y el posicionamiento de las marcas con el fin de que hoy y siempre, Hijos de Rivera y calidad sean ideas indivisibles.

**JORGE ALLO**RESPONSABLE DE ENTORNOS COLABORATIVOS
HIJOS DE RIVERA SAU

MAESTRO CENTRALIZADO DE ARTÍCULOS: ORDENAMOS EL CRECIMIENTO

TODA LA INFORMACIÓN GENERADA POR UN PRODUCTO DURANTE SU CICLO DE VIDA, DESDE SU CONCEPCIÓN COMO IDEA HASTA SU LLEGADA AL DESTINO FINAL, ESTARÁ RECOPIADA EN UNA NUEVA HERRAMIENTA ÚNICA Y CENTRALIZADA. EL MCA LLEGA PARA ORGANIZAR LOS DATOS Y CONVERTIR LA GESTIÓN DE ARTÍCULOS EN UN RECURSO DE VALOR PARA TODA LA COMPAÑÍA.

30

El crecimiento de nuestra Compañía supone múltiples retos, también desde el punto de vista de la gestión y organización de nuestros propios productos. En los últimos años el crecimiento de nuestro portfolio ha multiplicado el número de artículos que fabricamos y distribuimos y, con ello, el volumen de información que manejan los distintos departamentos para moverlos por todo el mundo.

Es por ello que poco a poco se ha hecho patente la necesidad de contar con un Maestro Centralizado de Artículos, un sistema de información único, centralizado y fiable en el que almacenar el conjunto de los datos de cada producto.

Desde hace algunos meses el departamento TIC impulsa el desarrollo de esta nueva plataforma, un proyecto colaborativo que implica a los departamentos de Marketing, Económico-Financiero, Mercado, Operaciones, Calidad, Inteligencia de Negocio y TIC entre otros, pero que tiene un alcance global para la Compañía, al poner en común la gestión de artículos y convertirla más que nunca en un trabajo en equipo. El objetivo es que los diferentes departamentos coordinen sus actuaciones y establezcan flujos de trabajo en torno a este catálogo unificado. En él se recogerán todos los datos asociados a cada uno de los artículos que fabricamos y comercializamos, desde los básicos como su nombre o su identidad de

marca, hasta los datos logísticos, organolépticos, físico-químicos, financieros o comerciales, todos ellos clave en cada una de las diferentes fases de su ciclo de vida.

Beneficios

Este nuevo MCA nos permitirá compartir un punto único de gestión y una vista general de cada producto. Lo que traerá aparejados una serie de beneficios:

Mayor agilidad: se reducen los tiempos de gestión asociados tanto a los artículos nuevos como a los existentes. Se agiliza la actualización de los datos maestros.

Mayor eficiencia: al evitar errores derivados de duplicidades en la información o a datos desactualizados.

Optimización tecnológica: el nuevo MCA se basa en los paradigmas tecnológicos más modernos de arquitectura de software, por lo que contaremos con una plataforma que se integrará con los sistemas presentes y futuros de la Compañía.

Mejor calidad de la información: la reducción de tiempos y tareas para mantener la información ordenada permitirá invertir los esfuerzos en mejorar su contenido.

Alineación con las normativas: la información de cada producto se mantendrá alineada con las

MAESTRO CENTRALIZADO DE ARTÍCULOS



normativas vigentes. Se generarán publicaciones automáticas en los catálogos de productos públicos que conectan a fabricantes y distribuidores.

Puesta en marcha

El catálogo centralizado de artículos estará disponible como plataforma compartida y se integrará con todos los sistemas de información de Hijos de Rivera. Este sistema generará las fichas de cada producto y automatizará las actualizaciones, permitiendo controlar en todo momento el ciclo de vida de cada artículo. Este se implementará

de forma coordinada a través de flujos de trabajo que establezcan órdenes y prioridades entre los diferentes responsables que intervienen en el proceso.

El Maestro Centralizado de Artículos se encuentra en fase de desarrollo y se espera que esté disponible a finales de 2015. Esta es la primera fase del proyecto. Está previsto que en el futuro puedan tener acceso a la visión pública de nuestros artículos más actores así como implementar pasarelas con Apps y Webs consultables por clientes y distribuidores.



ESTRENAMOS LA APLICACIÓN PERISCOPE

NUESTRAS MARCAS HAN APROVECHADO LOS MÚLTIPLES CONCIERTOS DE LA TEMPORADA ESTIVAL PARA ESTRENAR ESTA NUEVA APP DE TWITTER QUE PERMITE A LOS USUARIOS RETRANSMITIR EVENTOS EN DIRECTO O DISFRUTARLOS DESDE CUALQUIER LUGAR.

32

En sus diez primeros días activa, Periscope, la nueva aplicación de Twitter para retransmitir vídeos en tiempo real, ganó más de 10 millones de usuarios. Una gran oportunidad en redes sociales que nuestras marcas no han dejado pasar.

La primera experiencia fue el pasado mes de junio, cuando nuestra marca 1906 Reserva Especial hizo historia al retransmitir por primera vez su ya célebre maratón de jazz, el 19.06 que se celebra cada año en esa misma fecha en Santiago de Compostela.

Nuestra marca quiso acercar la finalización del VIII Ciclo 1906 en la Plaza de la Quintana a todos aquellos que no pudieran asistir. Durante las 12 horas de emisión se reunieron frente a la aplicación un total de 1.500 espectadores, que se unen a los que pudieron vivir en persona esta experiencia única. Para animar a los asistentes a usar la app, durante la retransmisión se sortearon packs de producto entre las personas que participaban comentando en el chat de Periscope. La cuenta de Club 1906 (@club1906) registró 7.800 likes a lo largo de la jornada, que también se pudo seguir en nuestras redes sociales a través del hashtag #Club1906Live.

SON Estrella Galicia también ha sabido aprovechar la app promocionándola en numerosas ocasiones a través de gráficas explicativas previas a sus grandes eventos del verano, como PortAmérica, SinSal o Resurrección Fest y también en las grabaciones de SON Estudio con Carmen Boza.

El blog de SocialBro, toda una referencia online del social media, ha destacado a nuestras marcas como *early adopters* en el uso de esta app y un buen ejemplo de cómo aprovecharla para aumentar la imagen de marca y conseguir la lealtad de los consumidores.



Axenda Dixital de Galicia 2020

COLORAMOS EN LA ELABORACIÓN DE LA AGENDA DIGITAL DE GALICIA 2020

EL DEPARTAMENTO TIC DE NUESTRA COMPAÑÍA HA PARTICIPADO COMO AGENTE EXPERTO EN LA ELABORACIÓN DE ESTE PROYECTO COLABORATIVO QUE DARÁ RESPUESTA A LOS DESAFÍOS TECNOLÓGICOS DE GALICIA EN LOS PRÓXIMOS AÑOS.

La Xunta de Galicia acaba de presentar la Agenda Digital de Galicia 2020. Un proyecto colaborativo entre la Administración, las principales empresas de Galicia y la sociedad gallega, cuyo objetivo es ayudar a trazar una nueva estrategia tecnológica en nuestra comunidad que sienta las bases de un modelo de crecimiento basado en la economía digital.

Para llevar a cabo este proyecto, el Gobierno autonómico ha contado con expertos y referentes de las principales empresas gallegas y, entre ellas, ha involucrado a nuestra Compañía. Representantes de nuestro departamento TIC han participado aportando sus percepciones, experiencias y expectativas en relación con el desarrollo digital de Galicia.

En la redacción de la agenda la Xunta también ha integrado al Sector TIC gallego, a entidades locales y a la propia sociedad gallega, a través de una campaña específica de participación ciudadana online.

Esta agenda digital inteligente servirá para asegurar la toma de decisiones con un claro impacto en el entorno gallego, dando respuesta a los principales desafíos tecnológicos a los que se enfrenta Galicia en ámbitos como la educación o la sanidad, en sectores clave como el primario, el turístico o el cultural y en el propio tejido empresarial gallego. Todo con el fin de dotar a la comunidad de los mecanismos necesarios para afrontar las oportunidades que se presentan.

1969. Neil Armstrong pisa a Lúa por primeira vez



R é outra historia

anticípate ti tamén con R

internet 100 megas

teléfono con chamadas a fixos e móbiles

televisión HD con series, películas e rebobina



44 €/mes



12 facturas ou con móbilR

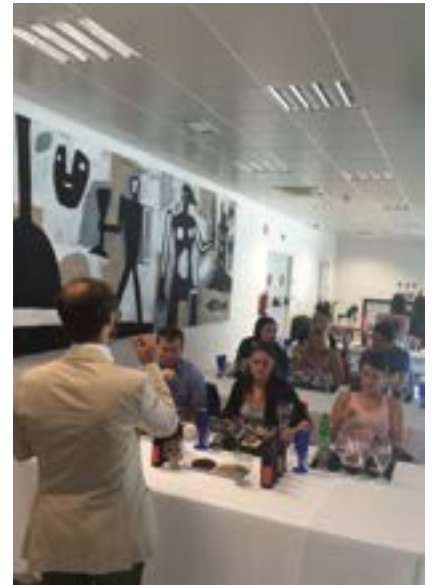
R

1445

purafibra.com

oferta válida desde o 01/09/2015 ata o 31/12/2015 para novos clientes e cambio 100 series, 12 facturas, ao mesmo prezo que con móbilR e acceso fixo con móbilR 44€/mes (IVA incluído) sen móbilR 50€/mes (IVA incluído) + límite por chamadas de 60 minutos, ou 100 minutos (IVA incluído) + os consumos factúranse segundo as tarifas vigentes + detalle das condicións, tarifas e prestacións en www.purafibra.com - información: R.CA@TELCO.COM.PR CAJACSA, S.A. (815436201)

NOS VISITAN



1. Inglaterra

En los meses de junio y julio, nos visitaron nuestros clientes del recién inaugurado Bar 53° North Halifax y la red comercial de nuestro distribuidor Bibendum de Inglaterra. También tuvieron la ocasión de conocer Galicia nuestros clientes del establecimiento

Barrafina (restaurante con una Estrella Michelin en Londres), así como los dueños de los hoteles-boutique, Malmaison de la capital inglesa.

Todos ellos visitaron nuestro fábrica de Cuatro Caminos y disfrutaron de una jornada náutica. Algunos de ellos, además, tuvieron la oportunidad

de realizar una ruta gastronómica por algunos de los restaurantes gallegos que poseen una o más de una, Estrella Michelin. Todos ellos realizaron una cata de nuestras cervezas en nuestra fábrica de A Grela y comieron en nuestra Cervecería de Cuatro Caminos (A Coruña).

Sobre Barrafina

Este local se encuentra entre los 7 únicos restaurantes del mundo que ha recibido una Estrella Michelin únicamente con servicio de barra. Uno de sus últimos establecimientos recibió, además, el premio "a la mejor apertura en 2014" por la revista Evening Standard.





2. Alemania

La red de ventas de nuestro importador en Hamburgo, Silca nos visitó la primera semana de julio. El grupo visitó nuestra fábrica de cervezas de A Grela y disfrutó de una comida en nuestra Cervecería de Cuatro Caminos.



3. Puerto Rico

Los dueños y representantes de los mejores locales de hostelería de San Juan de Puerto Rico nos visitaron en junio. El grupo de unas 20 personas realizó una visita a nuestra fábrica de Estrella Galicia, acompañado por representantes de la bodega Cillar de Silos.



4. Japón

A principios de junio, recibimos la visita de un grupo de japoneses, compuesto por dos periodistas de la revista especializada Beer Kingdom, un representante de Kakuyasu, nuestro distribuidor más importante en Japón y una persona perteneciente

a una agencia especializada en el sector del vino y las bebidas. Todos ellos estuvieron acompañados por nuestro personal de Rivera Japan y de Rivera Europe, en su visita a la ciudad de A Coruña, donde conocieron el proceso de fabricación de cerveza y degustaron nuestras cervezas en la Cervecería de Cuatro



Caminos; Santiago de Compostela, para conocer la Catedral y saber más de la historia de Galicia; A Estrada (Pontevedra), donde asistieron a la presentación del nuevo vino Ponte da Boga Expresión Barroca; Chantada, para conocer Custom Drinks y la Ribeira Sacra, donde nacen nuestros vinos con Denominación de Origen.

EVENTOS EN EL EXTERIOR



1



4



2



3



3

1. APAS 2015

Desplegamos un moderno stand para presentar nuestros productos en la 31ª edición de la feria APAS (Asociación Paulista de Supermercados), en la que durante esta 4 días se dieron cita a nivel mundial representantes de las mayores cadenas de supermercados de Latinoamérica.

El recinto Expo Center Norte de Sao Paulo acogió este evento en el que nuestra compañía, Estrella Galicia de Brasil estuvo presente con el objetivo de reforzar e incrementar su Distribución, tanto en Alimentación como en Hostelería. Para ello, presentamos toda la gama de productos, incluidas las últimas novedades para este mercado: Cabreiroá, Magma de Cabreiroá y 1906 Black Coupage, que empezamos a comercializar desde el mes de junio en Brasil.

Nuestro stand en APAS 2015 trasladaba los ejes sobre los que estamos construyendo nuestro posicionamiento: Calidad, Tradición Cervecería Española desde 1906 e Innovación. Para ello desarrollamos

catas dirigidas de producto y emitimos material audiovisual sobre el tiraje idóneo de nuestras cervezas.

2. 'LITTLE GALICIA' BY ESTRELLA GALICIA

La terraza de un edificio del Este de Londres, *Netil 360*, fue el escenario elegido para el desarrollo de un evento de presentación de nuestra cerveza Estrella Galicia en la ciudad inglesa. Un evento que, durante dos meses, ha estado concebido para darnos a conocer y trasladar el espíritu de nuestra marca y de la gastronomía española a futuros clientes que podían probar nuestras cervezas Estrella Galicia, 1906 Reserva Especial y Estrella Galicia 0,0 en un escenario de excepción como un 'rooftop' de la ciudad londinense. 'Little Galicia' by Estrella Galicia contó además con la colaboración del chef Omar Allibhoy, que desarrolló distintas tapas durante estos dos meses y para el disfrute de todos los asistentes.

3. BAR 44, EN CARDIFF

En junio, asistimos a la inauguración de un nuevo establecimiento en

Cardiff con el nombre Bar 44. De elegante diseño y cuidada decoración, Bar 44 cuenta con todos nuestros productos, la decoración personalizada del local ha sido desarrollada por nuestro equipo de Trade Marketing.

4. FESTIVAL MUNDO DE LA CERVEZA

Celebramos el festival 'Mundo de la Cerveza' en Bogotá (Colombia), uniéndonos a esta festividad que reúne a los amantes y apasionados de la cerveza en este país. Una celebración similar al Oktoberfest en Alemania, que allí se festeja desde hace más de 200 años y que en los últimos años se ha extendido a un gran número de países. Durante varios días, instalamos un stand propio en el marco de este evento en el que los asistentes podían probar nuestras cervezas Estrella Galicia y 1906 Reserva Especial.

5. FIESTA DE ESPAÑA, EN URUGUAY

Celebrada en Tienda Inglesa, una de las mayores cadenas de



5



6



6

supermercados de Uruguay, Estrella Galicia estuvo presente en la Fiesta de España como cerveza de referencia.

6. SIAL SHANGHAI

Acudimos a SIAL Shanghai 2015, la feria de alimentación más importante de Asia, celebrada el pasado mes de mayo (del 6 al 8 de mayo) en el Nuevo Centro Internacional de Exposiciones de Shanghai. Nuestro equipo de Rivera Shanghai participó en la feria con un stand propio que contaba con todos los productos de la Compañía (cerveza Estrella Galicia, agua Cabreiroá, sidras Maeloc, vinos Ponte da Boga...) y entre los 2.700 ponentes que acudieron a esta edición, la decimo-sexta, que clausuró un año más con un gran éxito de asistencia. La organización del evento cifra en más de 60.000 el número de visitantes que acudieron a esta cita, un 11% más de los que asistieron en 2014.



7



8

7. FIESTA DE ANIVERSARIO, MICROTEATRO MIAMI

Estrella Galicia fue uno de los principales patrocinadores de la fiesta de aniversario del Microteatro de Miami el día 11 de junio. Un evento al que acudieron actores y actrices, deportistas y profesionales de este sector del Sur de Florida, así como de otros estados del Centro y el Sur de Estados Unidos. Durante el evento, los asistentes podían degustar nuestra cerveza, acompañada de un cóctel.

8. GALICIA CINEMA FESTIVAL, EN MANHATTAN

Participamos en el Festival de Cine Gallego de Manhattan que contó con nuestra cerveza Estrella Galicia, sidras Maeloc y agua Cabreiroá para el disfrute de los asistentes que pudieron además probar bebidas y platos típicos de nuestra gastronomía. Aproximadamente, 200 personas acudieron a la fiesta que se celebró de forma posterior.



AYA SUEIRO

COORDINADORA EXPORTACIÓN
HIJOS DE RIVERA SAU

Abriéndonos camino en UK

El mercado de Reino Unido es un reto, con más de 3.000 cervezas diferentes disponibles. Nos damos cuenta de que no es sencillo conseguir un hueco en lo que ellos denominan "beer market", pero estamos seguros que Estrella Galicia y el resto de cervezas pueden gustar, y gustan, a una gran parte de los 25 millones de consumidores que tienen a la cerveza como su bebida favorita.

No ha sido un trabajo fácil, pero Inglaterra no ha podido resistirse a la calidad y personalidad de nuestras cervezas, y contamos con más de 300 clientes de "draught beer", nuestra cerveza de barril, sin contar con los que tienen nuestra cerveza de botella. Estamos presentes en todo el territorio en ciudades como London, Manchester, Cardiff, Halifax... Sin parar de crecer de la mano de nuestro importador en este país.

Estrella Galicia es nuestra bandera insignia pero el mercado demanda, además, nuestras cervezas más especiales, las de la familia 1906, ya que el consumidor busca cervezas de gran personalidad. El mercado de las "artesanas", en este sentido, no ha abierto una puerta para el resto de nuestra gama de productos.

Este proyecto sólo acaba de arrancar, y os invitamos a todos a participar en actividades como Little Galicia, una fiesta en el centro de Londres donde Estrella Galicia es la cerveza de referencia, unida a la música londinense y gastronomía española de tapas fusión o yendo a algunos de los conciertos que el programa SON Estrella Galicia, que desde hace ya algunos meses, celebra en la capital.

EVENTOS EN EL EXTERIOR



9



13



10



11



12

9. FESTIVAL DE LA CERVEZA, KEYAKIHIROBA

Del 14 al 17 de mayo, nuestra cerveza Estrella Galicia estuvo presente en el mayor festival de la cerveza de Japón. El festival de Keyakihiroba se celebra dos veces al año (primavera y otoño) y reúne en cada edición a más de 100 cervezas tanto nacionales como internacionales durante los días en los que se celebra el evento. Este encuentro para el público en general como para los profesionales del sector supone una cita ineludible para encontrar nuevas oportunidades de negocio.

10. 'A LONG WEEK OF SHORT FILMS', EN SHANGHAI

Del 22 al 31 de mayo, Estrella Galicia fue patrocinador del festival de cortos 'A long week of films', que se celebró en la ciudad de Shanghai. Un evento en el que se dan cita los profesionales de este sector, presentando en torno a 150 películas de más de 60 países y que tiene como objetivo crear una plataforma de diálogo a nivel interancional entre profesionales del cine, estudiantes, asociaciones y la audiencia.

11. 'SPANISH ARCHITECTS SOCIETY', EN SHANGHAI

Rivera Shanghai patrocinó la jornada de networking de la Asociación de Arquitectos Españoles de Shanghai, que se celebró en la Universidad de Tongji. Esta asociación ejerce de plataforma para mejorar y activar

vínculos entre los profesionales del diseño y la arquitectura entre España y China. Durante el evento, que se celebró el día 4 de junio, se sirvió un catering que estaba acompañado de nuestra cerveza Estrella Galicia.

12. SALA HSBC BRASIL

Con el objetivo de incrementar la notoriedad de marca de Estrella Galicia y reforzar el posicionamiento premium de ésta en Brasil, cerramos un acuerdo de colaboración con una de las salas de música de mayor prestigio en Brasil.

Con un aforo de entre 2.400 a 5.000 personas, en virtud del formato del evento, la sala HSBC Brasil está situada en Sao Paulo. Desde 1995 es una de las salas de conciertos de referencia en Brasil, con más de 80 shows musicales al año, y cuenta con una de las agendas de mayor prestigio del país. Artistas de la talla de Ben Harper, Ringo Starr, George Benson, Caetano Veloso, Chico Buarque, Maria Bethania ó Credeence Clearwater Revival han pasado o pasarán este año por este espacio.

Nuestra Compañía contará con la exclusiva de consumo de todos los productos que comercializamos actualmente en Brasil: Estrella Galicia, Familia 1906 (incluida 1906 Black Coupage), EG 0,0, Cabreiroá y Magma de Cabreiroá; en todos los conciertos y eventos que tengan lugar en la sala HSBC. Además estaremos integrados en todos los planes de medios que la sala HSBC Brasil realice para la promoción de sus conciertos en los principales soportes: Radio, Prensa, Publicidad Exterior y Online.

La sala será también una gran fuente de contenidos propios para la explotación de videos y fotos, así como para el desarrollo y la explotación de un intenso plan de relaciones públicas dirigido a clientes y consumidor final. En un futuro próximo, capitalizaremos determinados shows de la casa dentro del Proyecto Son Estrella Galicia en Brasil, cuyo lanzamiento será a finales de este año, coincidiendo con el verano brasileño.

13. BALEARIC BEVERAGE PRESENTA MAELOC EN EE.UU.

El pasado mes de julio Balearic Beverage presentó Maeloc en barril por primera vez en EE.UU. El lanzamiento inicial se llevó a cabo en las ciudades de Nueva York y Chicago, con barriles de Maeloc Seca, Pera, Mora y Fresa. El producto se distribuye en KeyKegs de 20 litros. Un formato reciclable que regresa a Galicia una vez terminado el barril. Algo mucho más sencillo desde el punto de vista logístico y también ambiental.

José Luis Olmedo, Gestor de Proyectos de I+D+I de HR Incorp y Matt Szymanski, Managing Director de Balearic, visitaron Nueva York y Chicago en julio para presentar este nuevo formato. José Luis ofreció formación a los comerciales y equipos de venta de SKI Beer y Stoller Wholesale's. Los primeros resultados de este lanzamiento han sido positivos y la previsión es extender la venta de Maeloc en barril a la red nacional de distribución.

SON
Estrella Galicia

Vetiver, WOSINC, LoneLady...

www.estrellagalicia.es

Agenda musical SON Estrella Galicia disponible en Apple Store y Google Play

Sala El Sol, Madrid

Mdou Moctar / 16 de Septiembre

Mardi Gras, A Coruña

Luis Brea & El Miedo / 5 de Septiembre

WOSINC

11,12 y 13 de Septiembre / Santiago

American Autumn

Vetiver

21 de Septiembre / Sala El Sol, Madrid

22 de Septiembre / Café & Pop Torgal, Ourense

Juan Wauters

22 de Septiembre / Teatro del Arte, Madrid

26 de Septiembre / Café & Pop Torgal, Ourense

Teatro del Arte, Madrid

Corcobado & Alinzane Aranguena

17 de Septiembre

Gabriel Garzón-Montano

23 de Septiembre

TerraZeando

No Pedroso / 4 de Septiembre

A Granxa do Xesto, Santiago de Compostela

981Heritage

Sun Araw

5 de Septiembre / Teatro del Arte, Madrid

Ela Orleans

9 de Septiembre / Teatro del Arte, Madrid

No Joy / 10 de Septiembre / El Sol, Madrid

LoneLady / 24 de Septiembre / El Sol, Madrid



MÁS DE 65.000 PERSONAS SE HAN ACERCADO A CONOCER EL POTENCIAL DEL RURAL GALLEGO A TRAVÉS DEL POP-UP STORE DEL MERCADO DE LA COSECHA EN VIGO

EL POP-UP STORE DEL MERCADO DE LA COSECHA DE LA CALLE POLICARPO SANZ DE VIGO SE HA CONVERTIDO ESTE VERANO EN UNA PLATAFORMA ÚNICA DE DIVULGACIÓN Y PROMOCIÓN PARA INICIATIVAS EJEMPLARES QUE SE DESARROLLAN EN EL MEDIO RURAL GALLEGO.



40



Tras 2 meses y medio de intensa actividad, a través de 19 iniciativas rurales ejemplares, el pop-up store del Mercado de la Cosecha cerró sus puertas el viernes 31 de julio en Vigo con un balance muy positivo de la experiencia gracias al masivo reconocimiento del público. Se estima que más de 65.000 personas pasaron por este espacio en la calle Policarpo Sanz para conocer las iniciativas empresariales y sus productos. Estas cifras avalan el proyecto, que ha sido impulsado por Corporación Hijos de Rivera, R y Gadis, con el objetivo de promover el desarrollo socioeconómico de Galicia y la sostenibilidad del medio rural, en este caso, a través de la divulgación y promoción de iniciativas de éxito que merecen ser compartidas.

Una intensa agenda de actividades

El espacio del Mercado de la Cosecha se ha convertido durante dos meses y medio en un foco de dinamización en torno al rural en pleno centro de la ciudad. Desde su apertura el pasado 15 de mayo se han celebrado un total de 55 actividades diferentes, entre charlas, degustaciones y talleres de todo tipo. Cada semana la tienda ha ido cambiando de imagen y de protagonistas, todos ellos iniciativas innovadoras que merece la pena compartir.

A lo largo de este tiempo el Mercado de la Cosecha se ha materializado como un espacio abierto a la divulgación y el intercambio de ideas y por el



local hemos visto pasar desde los yogures de Casa Grande de Xanceda, a las esponjas vegetales de Ibérica de Esponjas, las mermeladas de Amorodo, los quesos de Cortes de Muar, las galletas mariñeiras de Daveiga, los huevos camperos de Pazo de Vilane, los aceites de Olei, los yogures de Archeixal, los zuecos de Elena Ferro, las castañas de Naiciña, los helados de Bico de Xeadó, la miel de Abella Lupa, el abono de lombrices de Ecocelta, las cestas de Idoia Cuesta, las galletas de Granxa Maruxa o las manzanas con las que se elabora la sidra Maeloc y las uvas de los vinos Ponte da Boga.

Gracias a esta dinámica, los ciudadanos han tenido la oportunidad de, entre muchas otras cosas, hacer quesos artesanos, conocer la historia de las galletas mariñeiras, elaborar cestas, aprender sobre la aceituna brava gallega, catar nuestros vinos de la Ribeira Sacra, maridar mermeladas, reciclar cajas de huevos, aprender a ordeñar vacas, reflexionar sobre el "vermicompostaje" casero o conocer el proceso de elaboración de esponjas vegetales, entre otras muchas propuestas.

Ha sido una imparable sucesión de actividades y sorpresas que ha contado con el respaldo tanto de los ciudadanos de Vigo como de los múltiples visitantes que se han acercado a la ciudad, lo que supone un plus de responsabilidad a la hora de afrontar futuros proyectos que permitan al Mercado de la Cosecha seguir estando a la altura de las expectativas de la gente.

A punto de concluir la experiencia, Cristina Fernández Armesto de Casa Grande de Xanceda afirmaba que "el Mercado de la Cosecha nos ha dado la oportunidad de dar a conocer nuestro proyecto medioambiental y nos ha demostrado que nuestra Galicia rural esta llena de iniciativas emprendedoras e innovadoras". Por su parte, Sergio Quiroga de Ecocelta lo describía como "más que una tienda ha sido un espacio en el que escuchar a interactuar con nuestros clientes" y Juan Carlos Mascato, de Ibérica de Esponjas expresaba que "gracias a los promotores que reúnen diversidad de proyectos singulares para divulgar y al mismo tiempo tener la oportunidad de conocernos y compartir nuestras experiencias con los demás compañeros productores".

¿Qué es el Mercado de la Cosecha?

El Mercado de la Cosecha es una iniciativa de compromiso social compartida por la Corporación Hijos de Rivera, R y Gadis. Su principal objetivo es fomentar el desarrollo socioeconómico de Galicia y la sostenibilidad del medio rural y para ello desarrolla diferentes iniciativas de divulgación y promoción, como es el caso de los Parladoiros, que ya han celebrado su tercera edición, el evento Son d'Aldea, de exaltación del mundo rural, o el pop-up store que, tras su paso por Coruña el pasado año, concluye ahora su edición de Vigo.



RECAUDACIÓN A FAVOR DE LA FUNDACIÓN JUANA DE VEGA

LA FUNDACIÓN JUANA DE VEGA DESARROLLA ESTE PROGRAMA CON EL OBJETIVO DE APOYAR LA IMPLANTACIÓN DE NUEVAS EMPRESAS EN EL RURAL CON PROYECTOS INNOVADORES Y GENERADORES DE VALOR AÑADIDO.

42

Los Parladoiros del Mercado de la Cosecha que celebramos el 13 de marzo en A Coruña donaron su recaudación íntegra al "Programa de Apoyo al Emprendimiento Agroalimentario" de la Fundación Juana de Vega. Un total de 2.100 euros derivados de la venta de entradas para dicho evento se destinaron a apoyar la implantación de nuevas empresas en el rural a través de proyectos innovadores y generadores de valor añadido.

Santiago Ojea, presidente de la Corporación, en representación de las empresas impulsoras de este proyecto, realizó la entrega de la donación en un encuentro con Enrique Sáez, presidente de la Fundación Juana de Vega.

El objetivo del Programa de la Fundación Juana de Vega es contribuir a la mejora del tejido empresarial y al progreso económico y social del medio rural, a través del apoyo integral a la implantación de nuevas empresas en el rural con proyectos innovadores y generadores de valor añadido, que permitan la creación de riqueza y empleo en un sector estratégico para Galicia. El programa está dirigido a cualquier persona sin limitación de edad o formación académica, que quiera poner en marcha un proyecto empresarial agroalimentario y pretende ayudar a los emprendedores a aprovechar las oportunidades y posibilidades que ofrece el medio rural como opción de emprendimiento.



COLABORACIÓN CON FUNDACIONES

TRATAMOS DE RESPONDER A LAS SOLICITUDES DE AYUDA QUE NOS LLEGAN, CADA DÍA, POR PARTE DE ORGANIZACIONES SIN ÁNIMO DE LUCRO Y FUNDACIONES, CUYO FIN ES MEJORAR LA SITUACIÓN Y/O LA CALIDAD DE VIDA DE COLECTIVOS Y PERSONAS DESFAVORECIDAS.

La Corporación trata de dar respuesta de la mejor forma posible a estas solicitudes y reaccionar con rapidez en casos de urgencia que derivan de la actual coyuntura económica y social.

A lo largo de los últimos meses se ha colaborado con entidades como la AECC (Asociación Española contra el Cáncer), el Centro de Protección de Menores San José de Calasanz, ABAC (Asociación de Bulimia y Anorexia de Coruña), Federación Galega de Esclerose Múltiple (FEGADEM), Asociación Pro Personas con Discapacidad Intelectual de Galicia (ASPRONAGA), AFACO (Asociación Familiares Enfermos Alzheimer A Coruña), Asociación de Minusválidos Físicos de Vigo (AMFIV), Asociación de Padres de Personas con Parálisis Cerebral (ASPACE), Centro de Desenvolvemento Rural Portas Abertas, Cruz Roja, Asociación Parkinson Galicia y Centro Reto, entre otras.





FORMACIÓN COLABORATIVA: PROGRAMA CO-COOKING

EN LO QUE VA DE AÑO, HEMOS DESARROLLADO NUESTRO PROGRAMA DE FORMACIÓN COLABORATIVA DESTINADO A FUTUROS HOSTELEROS EN EL MARCO DEL EVENTO DEGUSTTA INCORUÑA, FÓRUM GASTRONÓMICO DE A CORUÑA, SALÓN DE GOURMETS, ALIMENTARIA CASTILLA Y LEÓN Y EN EL FESTIVAL DE MÚSICA PORTAMÉRICA.



1



2



3



4

43

Seguimos apostando por la formación de nuestros futuros hosteleros, desarrollando el programa Co-Cooking, que en estos últimos meses ha permitido a los alumnos de diversas escuelas de Hostelería de Galicia y del resto de España, trabajar al lado de grandes cocineros de nuestro país, aprendiendo al lado de los mejores.

Desarrollamos este programa de formación para futuros hosteleros en el marco de diversos eventos como Degustta Incoruña y en ferias profesionales de nuestro sector (Fórum Gastronómico, Salón de Gourmets y Alimentaria Castilla y

León) con el objetivo de contribuir al desarrollo formativo de los futuros hosteleros, siempre desde una perspectiva saludable y sostenible, así como poner en valor el alto potencial de nuestra cocina y la excelencia de nuestros productos.

Por tercer año consecutivo, además, celebramos el Programa Co-Cooking en el festival de música PortAmérica. Apostamos por una una fusión perfecta entre ritmo y cocina, durante sus tres jornadas en las que 25 chefs internacionales con 8 Estrellas Michelin hicieron disfrutar a los asistentes con pinchos únicos creados especialmente

para la ocasión con la ayuda de jóvenes estudiantes.

Durante el festival PortAmérica, el Programa Co-cooking impulsó la participación de una veintena de alumnos, que aprendieron al lado de cocineros como Yayo Daporta (Restaurante Yayo Daporta), Estanis Careño, (CHIFA), Alberto González (Silabario Tui), Javier Olleros (Culler de Pau), Héctor López (España), Lucía Freitas (A Tafona), Diego López (La Molinera), Iván Domínguez (Alborada), Iago Pazos (Abastos 2.0), el mexicano Roberto Ruiz (Punto MX) o Daniel Guzmán y Julio Sotomayor (Nova).



OPERACIÓN KILO-LITRO. OPERACIÓN RECOGIDA DE ROPA

Del 1 al 10 de julio, el grupo de Voluntariado de la Compañía puso en marcha de forma simultánea una operación Kilo-Litro a favor del Banco de Alimentos y una Operación Recogida de Ropa a beneficio de la Asociación Equus Zebra. Durante este período todos aquellos empleados/as que quisiesen podían hacer su aportación, depositándola en los lugares indicados para su recogida.

44

Aprovechando el cambio de temporada, se instaló un punto de recogida de ropa, la cual iba destinada a la Asociación Equus Zebra, una ONG sin ánimo de lucro creada en A Coruña en el año 2000 y cuyos proyectos están dirigidos al colectivo inmigrante y a personas en riesgo de exclusión social.

También del 1 al 10 de julio, el equipo de Voluntariado puso en marcha la Operación Kilo-Litro a favor del Banco de Alimentos. Durante este tiempo, todos los centros de trabajo contaron con un espacio contenedor en el que se podía depositar la aportación. Como en anteriores ocasiones, la empresa se comprometió a multiplicar "x3" la aportación que consiguiesen recaudar los empleados/as en esta Operación Kilo-Litro.

Este año, como novedad, los Voluntarios/as decidieron facilitar la aportación de los/as compañeros/as, ante la falta de tiempo para poder ir al supermercado. De este modo, se habilitaron huchas en las que todos podían depositar su aportación.



ACTIVIDADES DEL BANCO DE TIEMPO: BAUTISMOS DE MAR

Durante el mes de julio, realizamos diversas actividades de gestión de tiempo en las que participaron nuestros/as voluntarios/as. Salimos en tres ocasiones con los niños del Centro de Acogida y Protección de Menores San José de Calasanz para compartir con ellos una jornada náutica. Fue una bonita experiencia, que consistió en una salida en barco del puerto de Sada y un paseo por la ría. Fueron un varias horas y, tanto ellos como los/as voluntarios/as, disfrutaron mucho.





SIDRAS MAELOC

SERÁS QUIEN
QUIERAS SER

#DOITYOURWAY

ELIGE TU SABOR, HAZ TU CAMINO.

WWW.MAELOCWAY.ES



JOSÉ LUIS OLMEDO

GESTOR DE PROYECTOS DE I+D+I
HR INCORP

BUENA COMBINACIÓN

EN PRINCIPIO, NINGUNA BEBIDA NACE PARA LOS COMBINADOS. LAS BUENAS RELACIONES ENTRE UNAS Y OTRAS SE DESCUBREN LUEGO, FRUTO DE LA CURIOSIDAD Y DE LAS GANAS DE PROBAR NUEVAS SENSACIONES. HAY QUE BRINDAR, Y PARA ELLO, LA SIDRA SE LLEVA BIEN A LA HORA DE MEZCLARLA, Y DA UN DELICIOSO TOQUE FINAL A REFRESCANTES CÓCTELES.

Durante años, la sidra tuvo la reputación de bebida pasada de moda, algunos baristas apenas le concedían importancia, menospreciándola por un excesivo vínculo con sociedades rurales. Hoy en día, con el reconocimiento de productos tradicionales y el trabajo de modernización de imagen llevado a cabo por sidrerías como Custom Drinks, la sidra está ocupando el lugar que nunca debió perder e incluso, puedes llegar a tomarte una Maeloc en algunos de los bares más de moda de la gran manzana neoyorquina.

Partimos de que las sidras están infrautilizadas, hay dudas sobre sus sabores, hay falta de información de esta bebida y esto lleva a que los barman se animen poco a probarlas.

No está introducida en cócteles debido a que su acidez, hace que no la consumamos tanto como merecería. La manzana, como otros tantos frutos que se producen

en Galicia, no logra ser profeta en su tierra, y eso que somos la primera región productora de manzana de sidra de España, el doble que en Asturias.

La gama de sidras gallegas entre la que está la natural, es una de las que mayor potencial tiene para el barman, debido a su bajo contenido en carbónico y contenido en azúcar muy adecuado para su mezcla y, permite meterla en una coctelera, que le da el oxígeno que necesita, sobre todo cuando entre los gallegos no hay cultura de escanciar.

Tanto la sidra dulce como la seca, cada una con sus matices de sabor, juegan un papel en la mezcla de ingredientes, que hace que el resultado final tenga personalidad y a la par cócteles muy agradables de beber.

En cambio, las sidras con sabores (fresa, mora y pera) son bebidas que no necesitan ninguna preparación,

nada más que encontrar su combinación adecuada para que no pierdan su carácter y además realcen las virtudes de los otros ingredientes.

No hay que olvidarse de que otro punto a su favor es que las sidras ofrecen posibilidades de creaciones con muy poco alcohol y al ser una bebida procedente de manzana tampoco contiene gluten.

Existen cócteles que ya sea porque llevan pocos ingredientes o bien porque se preparan en un santiamén, son sencillos de preparar. Pero ello no significa que no sean deliciosos cócteles, de hecho hay cócteles de preparaciones muy fáciles que son ideales para toda ocasión. Y porque que no, sustituir algún ingrediente habitual de cócteles famosos, por la sidra.

Aquí os dejamos unas cuantas recetas que seguro os apetecerá probar con nuestras sidras Maeloc.



MARGARITA DE
SIDRA DE PERA.

Ingredientes:

- 2 cl. de jarabe de azúcar
- 4 cl. zumo de limón
- 2 cl. Cointreau
- 4-6 cl. tequila
- 1 granada
- 1 pera verde
- Hielo picado
- SIDRA MAELOC



COSECHA DE GALICIA



MOJIÑO DE FRESA.

Ingredientes:

- 2 gajos de lima
- 1 fresa
- 1 cucharada de azúcar blanco o sirope de azúcar
- Hojas de hierbabuena
- Hielo picado/perlado
- 2cl. licor de hierbas
- SIDRA MAELOC



COSECHA DE GALICIA



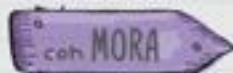
MAELOC'S BRUMBLE.

Ingredientes:

- 4cl. de zumo de limón
- 4cl. de sirope de moras
- 2cl. de ginebra

- Moras para adornar
- Hielo picado

- SIDRA MAELOC



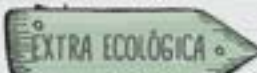
COSECHA DE GALICIA



SANGRÍA DE SIDRA.

Ingredientes:

- 4 cl. de vodka
- 4 cl. de pulpa/sirope de manzana
- 3 cl. de zumo de limón
- 1 manzana roja
- Hielo picado
- SIDRA MAELOC



COSECHA DE GALICIA

MOJIÑO DE FRESA.

Receta elaborada directamente en el vaso:

- 1º-PONER DOS GAJOS DE LIMA EN EL FONDO DEL VASO, EXPRIMIRLOS CON AYUDA DE UN SMUGGLER PROVOCANDO QUE SUELTEN ZUMO. PONER HIELO PICADO HASTA LA MITAD DEL VASO.
- 2º-REMOVER BIEN LOS INGREDIENTES.
- 3º-PONER HIELO PICADO HASTA EL BORDE DEL VASO.
- 4º- ACABAR DE LLENAR "HASTA ARRIBA" CON SIDRA MAELOC CON FRESA.

* Decoración: UN TROZO DE FRESA, HOJITA DE HIERBABUENA Y DOS PAJITAS NEGRAS.



MARGARITA DE SIDRA DE PERA.

La base o extracto se elabora en coctelera y posteriormente se termina con Sidra con Pera.

En coctelera:

- 1º- AGITAR ENÉRGICAMENTE PARA ENFRIAR BIEN Y SERVIR EN COPA DE FLAUTA CON HIELO Y PEPITAS DE GRANADA (1/2 COPA).
- 2º. TERMINAR DE LLENAR LA COPA CON SIDRA MAELOC CON PERA.

* Decoración: INCRUSTAR EN LA COPA UNA RODAJITA DE PERA BIEN VERDE



SANGRÍA DE SIDRA

La base o extracto se elabora en coctelera y posteriormente se termina con Sidra Extra Ecológica.

En coctelera:

- 1º-AGITAR ENÉRGICAMENTE Y SERVIR CON HIELO EN UN VASO SIDRERO.
- 2º-TERMINAR DE LLENAR EL VASO CON SIDRA MAELOC EXTRA ECOLÓGICA

* Decoración: RODAJAS (CARPACCIO) DE UVA NEGRA Y BLANCA Y BOLAS DE MANZANA ROJA Y VERDE HECHAS CON SACABOCADOS. SOBRE EL VASO COLOCAR UNA LÁMINA FINA DE MANZANA E INCRUSTAR DOS PAJITAS NEGRAS FLEXIBLES.



MAELOC'S BRUMBLE.

Receta elaborada directamente en el vaso:

- 1º-REMOVER BIEN TODOS LOS INGREDIENTES.
- 2º-PONER HIELO PICADO/PERLADO HASTA EL BORDE DEL VASO.
- 3º-TERMINAR DE LLENAR EL VASO CON SIDRA MAELOC CON MORA.

* Decoración: BROCHETA DE MORAS O MORAS SUELTAS Y HOJA DE HIERBABUENA. COLOCAR 2 PAJITAS NEGRAS.



RIBEIRA SACRA
DENOMINACIÓN DE ORIGEN





VENDIMIANDO HISTORIA

desde 1898 en la Ribeira Sacra.



CONÓCENOS


ADEGA

O Couto - San Paio, Castro Caldelas, Ourense. Tlfo.: 988 203 306 www.pontedaboga.es // @pontedaboga  



PAUL TRAN

DIRECTOR DE RECURSOS HUMANOS

NUEVA ORGANIZACIÓN DEL EQUIPO DE RRHH

EL 2015 ES UN AÑO DE CAMBIOS IMPORTANTES PARA EL ÁREA DE RECURSOS HUMANOS, RETOS QUE QUEDARON REFLEJADOS EN EL PLAN ESTRATÉGICO 2015-2017.

Con el objetivo de adecuarnos al proyecto de empresa y a sus distintos negocios, debemos organizar el equipo incorporando nuevas funciones y responsabilidades que permitan una mejor atención a las personas que forman parte de la Compañía.

En este nuevo planteamiento cobran especial relevancia cuatro ejes:

1. La gestión del Talento que nos debe ayudar a asegurar el crecimiento futuro de la organización.
2. La mejora de los procesos de RRHH, enfocada a reducir los tiempos de selección, definir una política de compensación justa con criterios claros y competitivos, así como eliminar los procesos administrativos de poco valor.
3. La mejora del Servicio a las áreas de negocio, definiendo una interlocución clara y una atención directa.
4. La Comunicación interna para que los empleados/as se sientan cada vez más integrados en el proyecto empresarial.

Nuestra misión, en este sentido, es la de enfocar nuestra labor a ayudar

a los distintos negocios a lograr sus objetivos estratégicos, tanto a nivel nacional como internacional. Para ello, identificaremos, desarrollaremos y adaptaremos nuestros procesos en base a las necesidades de cada una de las áreas y ofreceremos soluciones rápidas, flexibles y operacionales alineadas tanto con la estrategia como con el crecimiento del negocio.

Estas soluciones colocarán a las personas como eje central de la definición y ejecución de las políticas de la empresa, garantizando en todo momento una comunicación transparente y bidireccional, la existencia de criterios justos y adaptados a cada caso, el respeto del marco legal en cada mercado y debe facilitar el desarrollo y la evaluación de todos los colaboradores. Queremos que las personas que forman parte de nuestro proyecto sean profesionales preparados y que se sientan satisfechos y motivados.

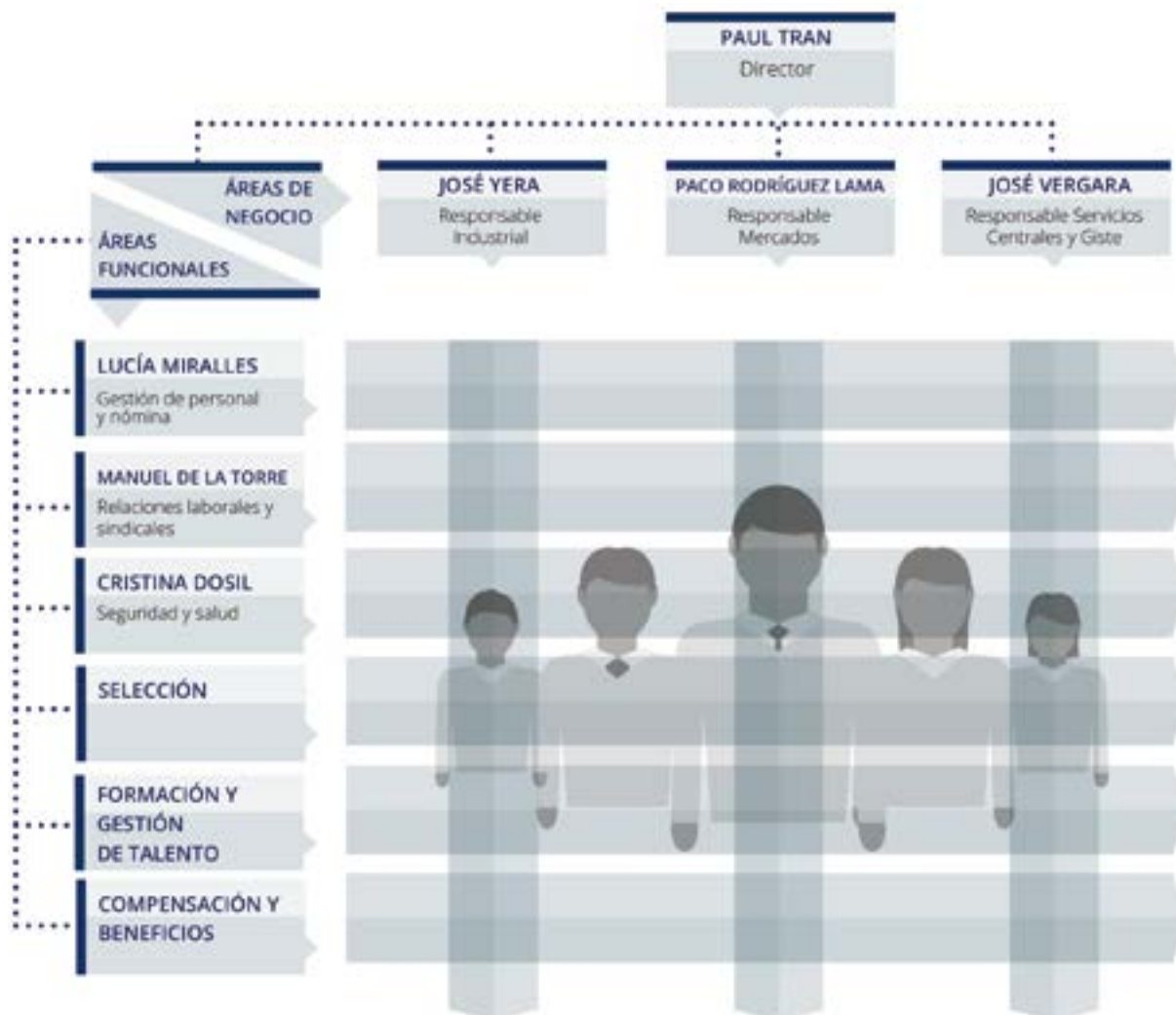
Para acometer los retos planteados, vamos a organizar el equipo en 2 tipos de roles: los

responsables de RRHH de Área de Negocio y los Responsables de Área Especialista de RRHH.

La figura de Responsable de RRHH de Área de Negocio tiene la misión de aportar soluciones que se adapten a las necesidades de su cliente interno. Debe tener un conocimiento del mercado, de los procesos del área de negocio y de los propios de RRHH. Anticiparemos las necesidades de capital humano (selección, promoción, desarrollo y evaluación), apoyándonos en el conocimiento de las personas del equipo. Esta nueva figura coordinará el trabajo de las áreas especialistas de RRHH a la hora de priorizar, proponer o implementar procesos que puedan impactar en los objetivos del área, y actuará como enlace entre los equipos para garantizar que el esfuerzo de todos esté enfocado a la consecución del objetivo común.

Por su parte, el Responsable de Área Especialista de RRHH tiene la misión de garantizar y mejorar los procesos de RRHH de manera

ORGANIZACIÓN DEL EQUIPO DE RRHH



fiable con el objetivo de crear más valor para las personas y para la empresa. Debe tener un alto conocimiento del marco legal y debe garantizar que la información disponible sobre las personas sea fidedigna y actualizada. Asegura la implementación de cualquier cambio legal (contractual, salarial, prevención de riesgos, etc), y mejora

la eficiencia de los procedimientos de RRHH a través de los sistemas de información, buscando nuevas formas de dar más calidad de servicio a nuestros colaboradores.

A continuación se muestra el nuevo esquema organizacional del equipo de Recursos Humanos y las personas que forman parte de esta estructura.

EQUIPO DE RECURSOS HUMANOS



Paul Tran

Director de RRHH

Paco Rodríguez Lama

Responsable de RRHH de Mercado

José Yera

Responsable de RRHH del área Industrial

José Gonzalez Vergara

Responsable de RRHH de Servicios Centrales y Giste

Manuel De La Torre

Responsable del área laboral y relaciones sindicales

Lucía Miralles

Responsable del área de gestión de personal y nóminas

Cristina Dosil

Responsable del área de Salud Laboral



VICENTE DEL BOSQUE



52

Vicente del Bosque González nació en 1950 en la ciudad de Salamanca, pero será en el año 2010 en el que pasaría a la historia por haber logrado el primer título Mundial de Fútbol para España, un país en el que el fútbol levanta verdaderas pasiones.

Muchos años antes de convertirse en el seleccionador nacional, Vicente Del Bosque arrancaba su carrera como jugador en el equipo de su ciudad natal, el Club Deportivo Salmantino. Poco después llegaría al Plus Ultra, filial del Real Madrid y actual Castilla, club del que saldría cedido en tres ocasiones: dos veces al Castellón y una al Córdoba. Una vez hubo madurado su juego y su personalidad sobre el campo, volvía al Real Madrid para asentarse. Allí desarrollaría el resto de su carrera con más de 300 partidos en Primera División, lo que también le llevaría en 18 ocasiones a participar en la Selección Española, incluyendo la Eurocopa de 1980 celebrada en Italia.

En 1984 ponía fin a su carrera como futbolista y comenzaba como entrenador, incorporándose

como técnico de las categorías inferiores del Real Madrid. Pero no sería hasta 1994, cuando tendría su primera oportunidad en el primer equipo, como sustituto de Benito Floro, un puesto que ocuparía intermitentemente hasta en dos ocasiones antes de lograr de forma definitiva la dirección del banquillo blanco.

Dos Champions League, dos Ligas, una Supercopa de España, una Supercopa de Europa y una Copa Intercontinental. Ese sería su palmarés como entrenador del Real Madrid hasta que tras un breve paso por el banquillo del Besiktas turco, en 2008 coge el testigo de Luis Aragonés en la Selección Española, que venía de proclamarse Campeona de Europa en Austria y Suiza ese mismo año. A pesar de la dificultad, Vicente del Bosque mantendría el alto nivel alcanzado y llevaría a la Selección a ser campeona del Mundo en Sudáfrica en 2010 y nuevamente Campeona de Europa en Ucrania y Polonia en 2012, un hito que le convertía en el segundo entrenador de la historia capaz de lograr un Mundial y una Eurocopa.

“En octubre de 2012, Cabreiroá empezó a acompañar a la Selección Española de Fútbol en sus apariciones públicas y comenzó una relación muy fructífera, que se extiende hasta nuestros días. Tuve la oportunidad de conocer las instalaciones donde nace el agua oficial de la Selección, en la localidad de Verín (Ourense), hace apenas dos años y me dejó gratamente sorprendido. No solo al ver el magnífico lugar donde nace, que la convierte en un producto de gran calidad, fuera de toda duda. Sino también, y lo que para mí es más importante, por la calidad de las personas que trabajan allí y con las que tuve la oportunidad de coincidir en varias ocasiones. Gente fuera de serie, como nuestra agua oficial, Cabreiroá.”

SI CREES,
QUE ESTÁS
SOLO

NO NOS
CONOCES



HAZTE SOCIO

SI CREES QUE JUNTOS PODEMOS VENCERLO
haztesocio.aecc.es

Tu ayuda es muy importante. Tu ayuda es investigación, voluntariado, información, prevención, asistencia social y psicológica... tu ayuda es seguir día a día al lado de quien más lo necesita.

Infórmate en el 902 886 226 o en cualquiera de las oficinas de la aecc en tu ciudad.

Asociación Española
Contra el Cáncer

Infocáncer 900 100 036
www.aecc.es



TU VIDA, NUESTRA VIDA

CABREIROÁ REVIVE LOS MOMENTOS VITALES DE LA ROJA

EN EL TRANCURSO DE UN EVENTO PARA MEDIOS DE COMUNICACIÓN, CABREIROÁ REVIVIÓ ALGUNOS MOMENTOS INOLVIDABLES DE LA HISTORIA DE LA SELECCIÓN JUNTO A IGNACIO ZOCO, JOSÉ ÁNGEL DE LA CASA Y VICENTE DEL BOSQUE.



54



+online en mundoHR.com

Cabreiroá, como agua oficial de la Selección Española de Fútbol, reunió en la Fundación Pons de Madrid a tres leyendas vivas de la Selección. La Vitalidad fue el hilo conductor del encuentro; vitalidad representada en tres momentos históricos para La Roja a través del ESFUERZO, con Ignacio Zoco, miembro de la Selección Española que resultó Campeona en la Eurocopa del 64; el EMPUJE, con José Ángel de la Casa, periodista que ha puesto voz a muchos de los partidos de nuestra Selección y que forman parte de la memoria colectiva de todos los españoles, destacando el España-Malta en el que tuvo que cantar "gol" hasta doce veces; y la ENERGÍA, con Vicente del Bosque, actual Seleccionador Nacional y Campeón del Mundo en 2010.

El encuentro se desarrolló en torno a una mesa redonda, moderada por Noemí de Miguel, periodista y presentadora

del programa de Canal+, "El día del Fútbol", en la que los tres protagonistas debatieron acerca de los distintos momentos históricos que han vivido alrededor de la Selección Española de Fútbol, siempre en un tono distendido, y dando pie a multitud de anécdotas e historias interesantes. Cada uno de ellos recordó algunos de sus momentos históricos, coincidiendo los tres en que fueron triunfos vitales para el devenir del conjunto nacional.

Esa Vitalidad es precisamente el atributo que Cabreiroá, como agua equilibrada aporta a la Selección Española de Fútbol. A través de este encuentro, buscamos incrementar la notoriedad y valor de la marca, y lo relacionamos con este concepto, de carácter estratégico para Cabreiroá. Con esta iniciativa buscamos capitalizar la historia de la Selección Española, a través de los momentos vitales del fútbol español y sus protagonistas.



XII OPEN ESTRELLA GALICIA DE PÁDEL

EL PASADO SÁBADO 4 DE JULIO CONCLUÍA LA DUODÉCIMA EDICIÓN DEL OPEN DE PÁDEL ESTRELLA GALICIA SIENDO, UN AÑO MÁS, UN ÉXITO ROTUNDO EN LO QUE A PARTICIPACIÓN Y PÚBLICO SE REFIERE.



El torneo lleva ya años siendo el torneo amateur más importante a nivel nacional y uno de los de mayor duración, y se ha convertido en una cita ineludible tanto para profesionales como para aficionados a este deporte.

Más de 800 jugadores participaron en esta nueva edición, cifra que dio como resultado más de un millar de confrontaciones. Como viene siendo habitual años atrás, la competición se dividió en cuatro categorías masculinas, tres femeninas, una de veteranos de más de 45 años y otra de veteranas de más de 40.

Además de once fantásticas jornadas de pádel, los asistentes pudieron disfrutar de actividades paralelas al torneo, así como un ambiente desenfadado y familiar que ya viene siendo habitual en la celebración de este campeonato.

1ª MASCULINA

Campeones: Martín Sánchez Piñeiro/Jorge Díaz Carreño

Subcampeones: Nacho Montenegro Garat/
Juan Pardo Morán.

2ª MASCULINA

Campeones: Gonzalo Casal

Subcampeones: Nicolás Álvarez Undabeitia/Alex Olmo Villa.

3ª MASCULINA

Campeones: Borja Galán Vázquez/
Manuel González-Añón Carou
Subcampeones: Santiago Carretero
Esquivel/Yago Pérez Docampo.

4ª MASCULINA

Campeones: Diego Estraviz
Silva/Román Lamas

Subcampeones: Igancio Cárdenas
Botas/Omar Lema Pedre.

1ª FEMENINA

Campeonas: L. Carolina
Martínez Garnacho/Carolina
Montenegro de Ramón

Subcampeonas: Marta Muñoz
Blanco/Paula Souto Fernández.

2ª FEMENINA

Campeonas: Carla y Antia
Rodríguez Sánchez

Subcampeonas: Patricia Álvarez
Varcárcel/Cristina López.

3ª FEMENINA

Campeonas: Olga de la
Torre/Blanca Monje

Subcampeonas: Sara Aguiar
Doce/Silvia Rodríguez Caruncho.

VETERANOS +45

Campeones: Javier Areal Alonso/
José M. Méndez Carreño

Subcampeones: Carlos Esteban
Berrocal/José López Vivero.

VETERANAS +40

Campeonas: Mª José del
Castillo Puente/María Gómez

Subcampeonas: Mª Victoria
Fernández Carballo-Calero/
Lucía Valles Barbeito.

YOLANDA GUTIÉRREZ Y MAELOC

CON UNA DESTACADA TRAYECTORIA A SUS ESPALDAS, LA ATLETA YOLANDA GUTIÉRREZ HA DADO UN GIRO A SU VIDA EN 2015 APOSTANDO POR LA COMPETICIÓN DE FORMA PROFESIONAL. GRACIAS AL APOYO DE SIDRAS MAELOC, AFRONTA SU NOVENA TEMPORADA LLENA DE RETOS DEPORTIVOS QUE LA LLEVARÁN A COMPETIR DENTRO Y FUERA DE NUESTRAS FRONTERAS SIEMPRE CON LA MARCA OLÍMPICA EN MENTE.



El 9 de julio, presentamos en la pista de atletismo del Campus de Elviña (A Coruña) la nueva temporada de Yolanda Gutiérrez, maratoniana gallega que, con el apoyo de nuestras sidras MaeLOC, ha decidido dar un paso al frente para dedicarse de forma profesional a este deporte con el objetivo de alcanzar la marca olímpica que le permita participar en los Juegos Olímpicos de Río 2016.

Nacida en Boiro (A Coruña) en 1982, Yolanda ha trabajado como trabajadora social durante 11 años, profesión que ha compaginado hasta ahora con sus éxitos deportivos y que ha marcado su vocación solidaria por la que dona a entidades sociales gran parte de los premios obtenidos. Tiene por delante importantes retos como la maratón de Nueva York, pero especialmente el Campeonato de España de Maratón que se celebrará en Sevilla en febrero y que determinará su participación en Río 2016.

En la presentación, la corredora estuvo acompañada por Francisco Alabart, director general de Custom Drinks y un mito del hockey sobre patines, que alcanzó grandes triunfos con el Liceo, y por Iván Raña, Campeón del Mundo de Triatlón en 2002 que ha día de hoy se ha convertido en una gran figura de la modalidad Ironman.



OPEN SUB-25- TROFEO CABREIROÁ

DENTRO DEL COMPROMISO DE DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN DEL GOLF ENTRE LOS MÁS PEQUEÑOS, EL REAL CLUB DE GOLF DE LA CORUÑA ORGANIZÓ EL 1 Y 2 DE AGOSTO LA TERCERA EDICIÓN DEL "OPEN SUB-25-TROFEO CABREIROÁ".



El Club tiene como objetivo que este torneo se consolide a nivel internacional como un campeonato de referencia. En esta edición participaron jugadores de categorías sub-25, sub-18, infantil, alevín y benjamín. Esta prueba es puntuable para el ranking gallego sub-25, el ranking de selección sub-25 y para el Campeonato de España benjamín, alevín e infantil.

SEMANA GRANDE

Un año más, se ha celebrado del 3 al 7 de agosto la X Semana Grande del Real Club de Golf de La Coruña. Esta semana, repleta de actividades lúdicas y campeonatos, sirve como punto de encuentro de todos los socios y amigos del Club.

En esta edición, se batieron los records de participación con 300 inscritos, en las que socios de todas las edades participaron en los campeonatos de golf, lo que le convierte en el evento de golf de mayor importancia que se celebra a lo largo del año en Galicia.

PALMARÉS

1º Scratch: Antón Vázquez Muiños

1º Handicap de 1ª Categoría: Juan Álvarez De Mon

1º Handicap de 2ª Categoría:

María Jesús Calvete García

1º Handicap Senior: Dolores Maceira Taibo

1ª Handicap Dama: Adriana González Sención

TE GUSTARÍA AYUDAR...



...Y LO SABES



VOLUNTARIADO
ÚNETE AL EQUIPO
voluntariado@estrellagalicia.es



Javier Olleros
Culler de Pau (O Grove).

CREMA VEGETAL Y AHUMADA CON CALABACÍN Y ESPINACA

58

INGREDIENTES

Para la carbonara:

Queso San Simón da costa (ahumado) 150gr.
Nata 1l
Bacon ahumado de 1ª calidad 500gr
1 diente de ajo
Xantana (espesante) 1gr.
Mix de hierbas frescas de temporada (capuchina, berros, cebollino, hierba Luisa, y perejil)



Elaboración

El huevo:

Cocemos el huevo durante 40/50 minutos a 63°C/65°C (esto depende del calibre del huevo, si es más grande más tiempo)

Separamos la yema de la clara y hacemos una salsa con la yema.

Sofreír el bacon, hasta que coja un tono dorado, añadir la nata y el ajo. Cocer durante 30 min. a fuego muy lento

Añadir el queso, cortado en trocitos pequeños.

Remover, retirar del fuego, colar y pasar por la túrmix con el espesante xantana.

Introducir en sifón para espumas.

Espinaca y calabacín:

Aliño: Sal y frutos secos. Aceite de oliva virgen.

Montaje del plato

Regenerar el huevo en un baño maría, unos 10 minutos a 65°.

Calentar la carbonara a unos 70° en baño maría.

Disponer en el fondo de un plato soper, la carbonara, ponemos encima el huevo, y en una esquina servimos el pan.

Esta receta marida a la perfección con una cerveza como 1906 Red Vintage.

GRAN RECOGIDA NACIONAL DE ALIMENTOS

27 Y 28 DE
NOVIEMBRE



**COLABORA COMO VOLUNTARIO EN TU
DELEGACIÓN LOCAL DEL BANCO DE ALIMENTOS**

IX CICLO 1906 DE JAZZ



60



+online en mundoHR.com

Después de que Chano Domínguez y Niño Josele formaran dueto en Santiago y Madrid en el mes de abril, y de que Antonio Serrano recorriera España en apenas cinco días, llegaba el turno de Dave Douglas dentro del IX Ciclo 1906 de Jazz, que continuó su periplo a lo largo de hasta 12 ciudades españolas. Douglas, al mando de su última formación, "High Risk", se plantó en el Teatro Principal de Santiago el día 26 de abril, y en el madrileño Teatro Lara al día siguiente, para hacer honor al nombre de la banda al pasear su camaleónico estilo por territorios electrónicos. Xan Campos y su Trio estuvieron, por su parte, los días 28, 29 y 30 del mismo mes en Ourense, Ferrol y Oviedo respectivamente, ciudades que disfrutaron de un jazz que rebosa inventiva y energía y hermana a la perfección la savia de los conservatorios con la retórica del club de jazz.

La forma de entender la música de Pilc Moutin Hoeng concuerda por completo con la máxima de su líder, Jean Michel Pilc: "La rutina

mata al arte". Bajo esta máxima se presentaba este trío el 5 de mayo en Valencia, el 6 en Ourense y el 7 en Oviedo dentro de nuestro Ciclo 1906 de Jazz. Más adelante, los días 12, 13 y 14, el estadounidense Jim Black nos presentaba su New Quartet en Valencia, Vigo y Lugo, respectivamente. Este vanguardista batería nacido en Seattle lleva más de veinte años creando escuela y atrayendo público de todas las edades, y eso es exactamente lo que hizo en su paso por el Ciclo 1906 de Jazz.

Los siguientes en subirse a los escenarios del Ciclo eran Eric Revis Quartet, provisto de una vigorosa front line de alto y tenor y prescindiendo de piano, que presentaban entre los días 20 y 23 en Madrid, A Coruña, Bilbao y Murcia su último trabajo "In memory of things yet seen". Por su parte, Antonio Lizana Group presentaba el, hasta la fecha, único trabajo que el gaditano y su banda han firmado: "De viento". Los amantes del jazz de Valencia, A Coruña, Madrid y Murcia, en ese orden, disfrutaron,

los días 26, 27, 28 y 29, de esta banda surgida en San Sebastián que mezcla jazz y flamenco, música y palabra.

El último día de mayo y el primero de junio tenían protagonistas: Christian McBride Trio. La formación mínima de uno de los grandes contrabajistas de los últimos 20 años llevaba, primero a Santiago y después a Madrid, un jazz clásico, elegante, enmarcado en la tradición y provisto de la mejor arquitectura del trío de piano que puede encontrarse hoy día.

Pablo Seoane y su Trio llegaban a su ciudad natal, Ferrol, y a Oviedo y Vigo los días 3, 4 y 5 de junio. El ferrolano dio rienda suelta a su dominado free jazz, y no defraudó a un público acostumbrado ya a su inclinado estilo hacia nuevos territorios musicales. Más adelante otro gallego, Ton Risco y su Trio, pasaba también por los escenarios del Ciclo 1906 para ofrecer en Ferrol y en Oviedo, los días 10 y 11, dos actuaciones que cerrarían la agenda en lo que a clubes y teatros se refiere. El repertorio de esta formación se movió entre temas originales y estándares clásicos del jazz.

DÍA DE LA MÚSICA EN LA CALLE

El 19 de junio (19 del 06) un maratón de 12 horas non-stop de jazz en la compostelana Plaza de la Quintana puso el broche final a esta edición del Ciclo 1906 de Jazz, en la que los amantes de este género disfrutaron de 50 conciertos en 12 localidades de todo el país a lo largo de los últimos tres meses.

Comenzó a las 12:00 h de la mano de Roberto Somoza Trio, saxofonista y compositor, y terminó a las 00:00 con los coruñeses Los Hot Chocolates a ritmo de swing. Entre los primeros y los últimos desfilaron hasta cinco bandas y artistas: Felipe Villar, guitarrista y músico habitual de la escena del jazz gallega; Kin García Trío, también habitual de la escena musical gallega y actual director de la big-band del departamento de jazz del Conservatorio Superior de Música de A Coruña; Mónica de Nut, que combinó música clásica, jazz, rock y tradicional gallega; Cats and Monkeys, que ahondaron en el funk, en el r'n'b y en el acid-jazz; y André Fernandes, guitarrista que ha sido galardonado con el Stephen Holland Award for Outstanding Musicianship.



61

CICLO BLUES NITES 1906

El Ciclo blues nites 1906 siguió su curso sobre el escenario de la santiaguesa Sala Capitol. El 28 de mayo era el turno de Marcus Bonfanti, guitarrista originario del norte de Londres. El británico, que domina tanto el country como el folk o el blues, ofreció un gran trabajo vocal y una impresionante maestría a la hora atacar la armónica.



EL SON AL QUE HEMOS BAILADO



62



+online en mundoHR.com

En nuestra agenda de artistas y grupos internacionales pudimos ver a Scott Matthew y escuchar algunas de las notas de su pop alternativo en Madrid, ciudad que unos días después también visitarían bandas como los estadounidenses Luna, con dos fechas. Sus compatriotas, The Dodos, también participaron con el experimento musical que supone su último disco, *Individ*. Más tarde fue el turno de Dune

Rats, un dúo australiano con mucha fuerza y estilo propio. Completamos el mes con la visita a la capital española del guitarrista escocés Martin Carr, así como el concierto conjunto entre Robyn Hitchcock y Emma Swift también en Madrid, un espectáculo que unió pasado, presente y futuro del folk-rock.

En mayo, el cantautor indie de Memphis, Micah P. Hinson aterrizaba en nuestro país para pisar los

escenarios de A Coruña, Vigo, Ferrol y Sevilla. El holandés Jacco Gardner hacía lo propio en Ourense y Madrid, ciudades a las que llevaba su nuevo sencillo *Hypnophobia*, el cantautor californiano Chuck Prophet visitaba A Coruña y Vigo, y Lydia Loveless llegaba a nuestro país, procedente de Ohio, para presentar su *Somewhere else* y su angelical carisma. Mayo se completaba con los conciertos conjuntos de los estadounidenses Jad

Fair y Norman Blake en Vigo y Ferrol, así como el del texano Devendra Banhart y su compatriota Andy Cabic en el Teatro Lara de Madrid. Ambos dúos presentaron al público un abanico de temas indie-folk y country, que ponían punto y final al mes.

Ron Sexsmith dio la bienvenida al verano en junio desde Madrid. El canadiense se mostraba fiel a sus raíces folk pero confirmaba a su vez su perfil más pop. Julio arrancaba con la visita de Broncho. La capital española conocía, de esta forma, a una de las bandas americanas del momento en lo que a rock se refiere. El cantautor Ryley Walker llegaba también desde Estados Unidos para reunirse con su público en A Coruña, Ourense y Madrid, y Lambchop cerraba nuestra agenda veraniega a nivel internacional con su country alternativo sobre el madrileño Teatro Lara.

Panorama nacional

Nudozurdo aterrizó inaugurando la agenda SON Estrella Galicia del mes de abril en Madrid, en lo que a artistas nacionales se refiere. Guadalupe

Plata viajó a nuestra A Coruña desde su Jaén natal, y Havalina hacía lo propio en Valladolid con su rock alternativo metido en la maleta. Las cantautoras La Bien Querida y Carmen Boza nos mostraron sus proyectos personales en A Coruña y Valladolid respectivamente, cerrando así el mes.

Christina Rosenvinge repitió presencia en nuestra agenda con tres actuaciones en Santiago, Pontevedra y Ferrol a primeros del mes de mayo. Otra cantautora, Zahara presentó su nuevo álbum, *Santa*, con dos fechas y sobre las tablas del escenario del madrileño Teatro Lara, los días 6 y 13. Por su parte, Julián Maeso presentaba en Madrid, Vigo y A Coruña, en ese orden, su último trabajo *One Way Ticket to Saturn*.

Pájaro estuvo en A Coruña y no dejó indiferente a ninguno de los asistentes a su cita. Los catalanes Els Amics de les Arts tampoco escatimaron en talento a la hora de llenar de música la Sala El Sol de Madrid.

Junio se presentó movido desde la primera cita. Wil Honey y Jysus subieron juntos al escenario del

Teatro del Arte de Madrid para demostrar que el folk y el rock siguen siendo una combinación ganadora. También compartieron protagonismo Paracaídas e Isasa en Madrid, así como Jero Romero (ex de The Sunday Drivers) y Smile en Santiago de Compostela. Ambos conciertos tuvieron el mismo protagonista aunque en distintas formas: el rock. Los gallegos Apenino y los madrileños Capitán Sunrise compartieron también fecha, escenario y público en Madrid, así como estilo indie-pop.

Seward llegó a Madrid desde Barcelona con la intención de experimentar con distintos sonidos y estilos, aunque siempre con el rock como telón de fondo. El asturiano Pablo Und Destruktion aterrizó también en la capital, pero en su cabeza sólo había sitio para el folk y el blues. Los vigueses Aerolíneas Federales, por su parte, pasearon su éxito por el escenario del Garufa en A Coruña, y Havalina actuó en Ferrol y A Coruña sin abandonar en ningún momento lo que les hace más felices, el rock.

+info: Son.estrellagalicia.com

EL MAKETON EN DIRECTO EN EL MERCADO DE LA COSECHA Y EL FESTIVAL PORTAMÉRICA



online en mundoHR.com

Este año 2015, el programa MAKETON patrocinado por Maeloc que cada tarde de sábado se emite en 40 Principales Vigo 99.4 FM, se trasladaba al rural el sábado 20 de junio emitiéndose en directo desde el Mercado De La Cosecha; la pop up store que ha acercado durante dos meses y medio a Vigo las iniciativas de nuestro rural, entrevistando a los emprendedores que nos ponen al día de sus proyectos.

Realizamos un programa especial, emitido entre las 5 y las 7 de la tarde, en el que también repasamos la actualidad musical local y contamos con la música en directo de artistas vigueses, como Eladio Santos (Eladio y los Seres Queridos) que nos regaló una

preciosa versión de su canción "El tiempo futuro", Carmen Johns y Villanueva interpretando en formato acústico dos de sus nuevas canciones y Nicolás Pastoriza con "No amanece en el Berbés".

El sábado 18 de julio el MAKETON se emitía un año más desde el festival Portamérica que tenía lugar en Nigrán, un programa especial, que contó con la presencia de los componentes de grupos como The Soul Jacket, Agoraphobia o Pedrina y Rio y los sonidos de directo en Portamérica de grupos y artistas vigueses como Siniestro Total, Iván Ferreiro, Nicolas Pastoriza, Carmen Johns, que actuaron en otra exitosa edición de este evento musical del verano en las Rías Baixas.

UNA TEMPORADA DE FESTIVALES



64

Un año más, Estrella Galicia ha estado presente en numerosos festivales este verano, mientras que el programa de conciertos SON Estrella Galicia seguía su curso, paralelamente y sin descanso. Además, este año nuestras sidras Maeloc se estrenaron con un festival, el Campeiras Live, que nació de la mano de nuestra marca.

Lapso Music Experience

Nacido este 2015 en Santiago, con la vocación de promover un encuentro anual para la mejor música internacional del momento a precios más asequibles que los habituales de grandes festivales. Se celebró el día 30 de abril con un cartel con tres bandas invitadas: los americanos The National, los portugueses The Gift y los locales Best Boy.

Festival Do Norte

Quince años cumple esta cita, pero sólo dos en la Illa de Arousa,

Pontevedra, ya que anteriormente era Vilagarcía su lugar de celebración. Este cambio no ha hecho más que sumar adeptos a esta cita, que se ha convertido en el encuentro indie por excelencia de la provincia de Pontevedra, y que este año se ha celebrado los días 3, 4 y 5 de julio con un amplísimo cartel que incluía bandas ya consagradas como Dorian, Standstill, Los Punsetes y Cooper.

Portamérica

The Asteroids Galaxy Tour, Calle 13, Vetusta Morla, Supersubmarina... son algunos de los grupos que componen el cartel de la edición de este año, un cartel año tras año mejora notoriamente en calidad y cantidad. Nigrán es siempre el destino y los días 16, 17 y 18 de julio, de este año, las fechas de un festival que cumple cuatro primaveras, uniendo Europa y América en un evento que aúna música y gastronomía.

Resurrection Fest

Desde que nació en 2006, Resurrection Fest ha ido superándose año tras año hasta convertirse en el más importante de ritmos extremos del territorio español y uno de los más importantes del circuito europeo. Motörhead, Korn, Refused y otras 77 bandas han sido este año las encargadas de hacer vibrar a las 55.000 personas procedentes de 35 países que abarrotaron Viveiro, Lugo, los días 16, 17 y 18 de julio.

Sinsal Son Estrella Galicia

Es la edición número 13 de este festival y tuvo lugar los días 24, 25 y 26 de julio en la isla de San Simón, Pontevedra. El hecho de que solo se pueda llegar al recinto en un barco y que sean los asistentes los que desvelen el secreto de las bandas que tocarán en una isla considerada "Bien de Interés Cultural", hace de esta cita toda una experiencia.

O NOSO É O NOSO

Pardiñas Festival

La Asociación Cultural Xérmolos celebró este verano 36 años organizando el Festival de Pardiñas, cerca de Guitiriz, en la Terra Chá lucense. Esta Fiesta de Interés Turístico Gallego dio comienzo el viernes 31 de julio y finalizó dos días después, el domingo 2 de agosto. Este año el cartel incluía bandas de Puerto Rico, Portugal y Escocia, además de una interesante programación cultural y deportiva.

Castelo Rock

La duodécima edición de Castelo Rock se celebró los días 7 y 8 de agosto en Muros, A Coruña, y continuaba como en años anteriores con la apuesta por bandas gallegas y estatales, destacando en esta edición la presencia de Soziedad Alkoholika, El Drogas y Boikot, junto a las bandas gallegas Heredeiros Da Crus y Arrhythmia.

Festival De Ortigueira

El 31º Festival Internacional do Mundo Celta se celebró del 16 al 19 de julio en la coruñesa localidad de Ortigueira, con cartel que aúna tradición e nuevos aires en el mundo del folk. Como marca la tradición, el festival contó con grandes artistas del folk internacional de la talla de Budiño, Cristina Pato, Sharon Shannon, Finnegan-McSherry Project o Capercaillie.



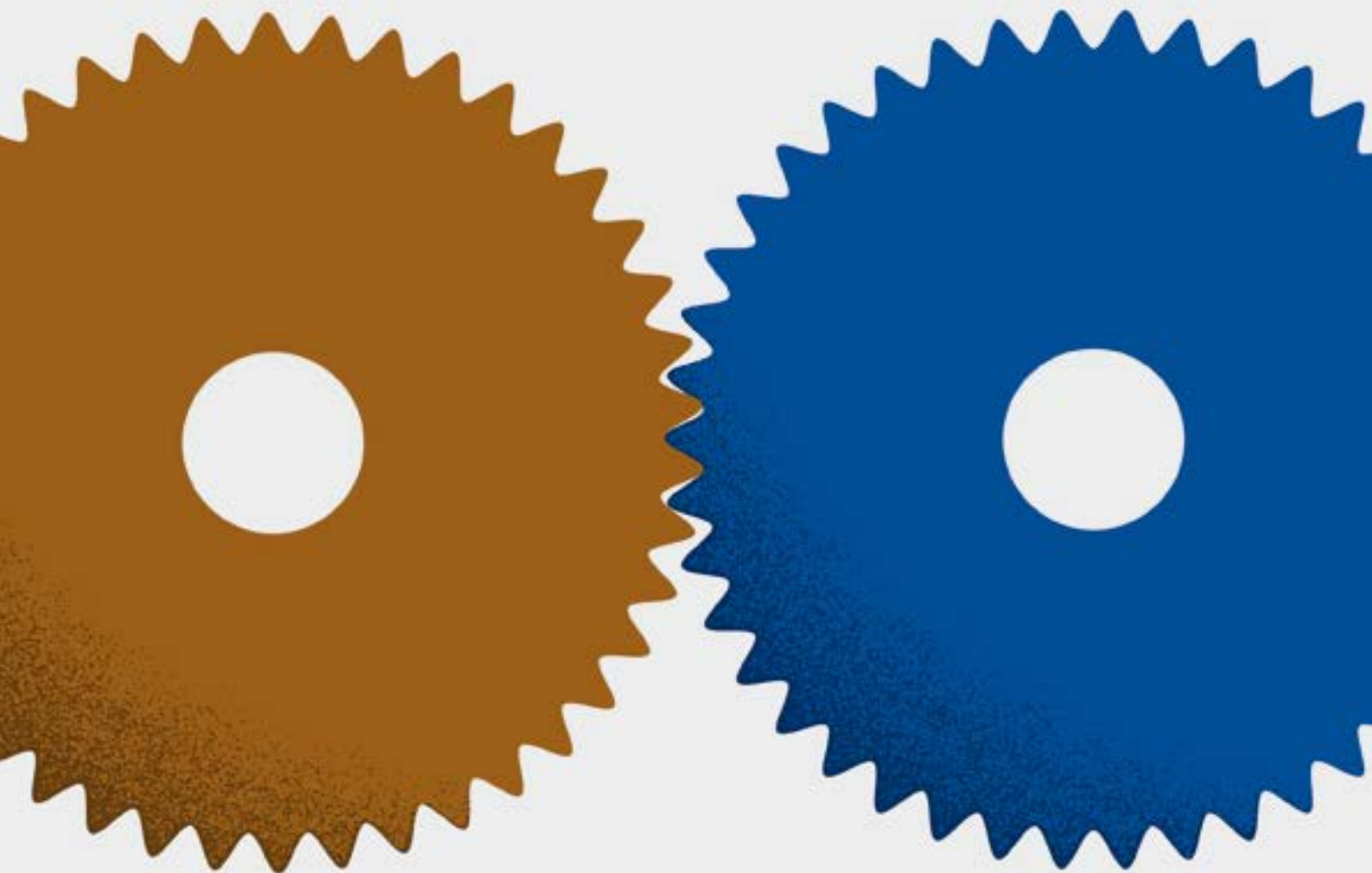
65

MAELOC

Festival Campeiras Live

Nuestra marca de sidras Maelec patrocinó este festival en el que conciertos de bandas como The Parrots, Natural Green o Los Nastys convivieron con la práctica del surf, acrobacias de skate y stands de diseñadores gráficos y material deportivo. Todo esto ocurrió del 30 de julio al 2 de agosto en Valdoviño, y estaba organizado por el Campeiras Surf.





Aliados para un servicio global.



Consultoría, coordinación y planificación estratégica del congreso.
Servicios tecnológicos especializados para congresos.

www.orzancongres.com
orzancongres@orzancongres.com
981 900 700



Gestión de viajes y servicios turísticos. Business Travel Center especializado en gestión y optimización de viajes para empresas.

www.viajesorzán.com
viajesorzán@viajesorzán.com
981 169 191

LONDRES

ES UNO DE LOS PRINCIPALES CENTROS ARTÍSTICOS, CULTURALES, COMERCIALES Y FINANCIEROS DEL MUNDO. POR ELLO ES UNO DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS MÁS DEMANDADOS: EN 2013 RECIBIÓ CASI 17 MILLONES DE TURISTAS, QUE SE SUMAN A SUS MÁS DE OCHO MILLONES DE HABITANTES –EL 12,5 % DEL TOTAL DE REINO UNIDO–. CIUDAD COSMOPOLITA Y MULTIRRACIAL LONDRES SIEMPRE TIENE ALGO INTERESANTE QUE OFRECER AL VISITANTE.



Londres ha sido un importante asentamiento humano desde su fundación por los romanos en el año 43 bajo el nombre de Londinium. El núcleo antiguo, la City, conserva su perímetro medieval pese al incendio que en el año 1666 destruyó cuatro quintas partes de la ciudad. Una cuidada reconstrucción, la fundación del Banco de Inglaterra a finales del siglo XVII y el rápido crecimiento que conllevó la industrialización iniciada a mediados del siglo XVIII convirtieron Londres en la capital de las finanzas y el comercio internacionales. Actualmente la población de su área metropolitana supera los 17 millones de habitantes, lo que la convierte en la mayor de Europa.



Tower Bridge

Cambio de guardia en Buckingham

El Palacio de Buckingham es la residencia oficial de la Familia Real Británica en Londres desde 1837. Las visitas al interior solo están permitidas durante unas semanas, pero el mayor atractivo es el cambio de guardia que se realiza en la entrada principal durante todo el año. Entre abril y julio tiene lugar diariamente a las 11:30 horas y el resto del año solo en días pares o impares –se puede consultar en la web www.royal.gov.uk–. Aunque es interesante, suele haber mucha gente, por lo que conviene ir pronto para coger un buen sitio u optar por alguna de las ceremonias similares que se celebran en la ciudad: la Horse Guards Parade o el cambio de guardia del castillo de Windsor.



Vista de la Abadía de Westminster

Patrimonio de la Humanidad

Londres cuenta con cuatro enclaves imprescindibles, declarados Patrimonio de la Humanidad: la Torre de Londres –una enorme fortificación que ha funcionado a lo largo de su historia como residencia real, arsenal, fortaleza y prisión–; el Palacio y la Abadía de Westminster –consagrada en el año 1065, es el templo más antiguo y famoso de Londres–; la iglesia de Santa Margarita y Greenwich –que acoge el Real Observatorio que marca el meridiano de Greenwich–, y el Real Jardín Botánico de Kew, que con sus 120 hectáreas es uno de los principales bancos de semillas del mundo.

Arte, ciencia y teatro

Londres se caracteriza por tener algunos de los museos, galerías de arte e instituciones culturales más importantes del mundo, como la National Gallery, la Tate Modern, la Biblioteca Británica o el Museo de Historia Natural. Sobre todos ellos destaca el Museo Británico, el lugar más visitado de la ciudad y el tercer museo más visitado del mundo. Cuenta con más de siete millones de objetos de todos los continentes ordenados según su lugar de procedencia y, como la mayoría de museos de la ciudad, es totalmente gratuito. Y para los amantes del teatro, el legendario West End londinense ofrece más de 40 espacios de renombre mundial.

Biblioteca en el Museo Británico





Transportes

El metro de Londres, que en 2013 cumplió 150 años, es el más antiguo y extenso del mundo. Es un buen medio de transporte para trayectos largos. Para los cortos una buena opción son los famosos taxis Black Cabs y para conocer el centro de la ciudad lo mejor es subirse a uno de los llamativos autobuses rojos de dos pisos. Aunque un paseo tranquilo por South Bank permite ver algunas de las atracciones más interesantes de la ciudad: el Big Ben y las Casas del Parlamento, el London Eye, el Shakespeare's Globe, la catedral de San Pablo, Tower Bridge, etc.

Compras

Londres es el paraíso de los compradores, independientemente del presupuesto; desde zonas comerciales como Oxford Street, Bond Street, Knightsbridge o Regent Street –con su popular Juguetería Hamleys–, hasta el Covent Garden, una de las zonas más animadas de la ciudad. Para los amantes de lo *vintage* el Mercado de Portobello es todo un clásico, y para quienes buscan algo más alternativo, Camden Town, mercado y barrio de visita obligada. Si llueve, el mercado de Dover Street, los centros comerciales de Westfield y grandes almacenes de fama mundial, como Harrods, son la opción perfecta. Y, por supuesto, la compra ineludible es el té inglés, en cualquiera de sus variedades: Earl Grey, English Breakfast, etc.

Comer

La nueva cocina británica ha dejado atrás la mala fama de su comida; Londres cuenta con 60 restaurantes premiados con estrellas Michelin, muchos de los cuales han abierto nuevos locales donde sirven platos galardonados a precios asequibles. Aunque no faltará donde probar el tradicional fish and chips, el roast beef o el pastel relleno de ternera y riñones, cada vez son más los que optan por los numerosos puestos de comida callejeros y por los restaurantes efímeros que aparecen de un día para otro en la ciudad.

Dormir

Además de las principales cadenas hoteleras del mundo, la ciudad cuenta con centenares de hoteles con encanto repartidos por toda su geografía. Dormir en el centro puede resultar caro, aunque siempre se puede optar por los llamados Bed and Breakfast, que ofrecen alojamiento en un ambiente familiar, o por los apartamentos turísticos, cada vez más demandados. Y, por supuesto, numerosas webs ofrecen la posibilidad de alquilar viviendas o habitaciones tratando directamente con el propietario.



Cambio de guardia en el Palacio de Buckingham



DÓNDE TOMARSE UNA ESTRELLA



Tapas Revolution

Westfield London Shopping Centre.
Ariel Way, London, Reino Unido

58 Bethnal Green Rd
Shoreditch, London, Reino Unido

1919-1921

AMPLIACIÓN DE LA PRIMERA FÁBRICA DE CERVEZA

Sería hacia 1912 cuando José María Rivera confeccionaría su plan definitivo para la adquisición de toda la empresa. En ese plan, estaba incluida la intención de ampliar la fábrica existente y estandarizarla para una capacidad de producción de 8.000 hectolitros anuales. Para esto era necesaria una instalación y unas calderas con capacidad para 45 hectolitros, así como

una bodega de fermentación mucho más amplia que en la que en aquel momento había. Siendo posible en 1912 realizar dichas obras e inversiones, éstas fueron pospuestas a 1920 por motivos principalmente financieros. El proyecto para la ampliación de la fábrica sería aprobado en 1919, iniciándose las obras en 1920 y terminándose éstas en 1921.

Con un coste de 168.000 pesetas, la fábrica seguiría emplazada entre las calles García Prieto –actualmente Fernández Latorre– y Concepción Arenal, en pleno centro de La Coruña. Posteriormente, con el nuevo emplazamiento de la fábrica en La Grela, parte del solar utilizado sería reconvertido en lo que actualmente es la Cervecería de Cuatro Caminos.

TAMBIÉN EN 1919-1921

1 Se funda en París la Sociedad de Naciones, que sería sucedida más tarde por la Organización de las Naciones Unidas (ONU).

Entra en vigor la Ley Seca en **10** Estados Unidos.

2 El político italiano Benito Mussolini funda un partido fascista: Associazione Nazionale dei Fasci Italiani di Combattimento.

En España, el Gobierno establece el seguro obrero obligatorio para todos los trabajadores. **9**

3 En México, el revolucionario Emiliano Zapata muere en una emboscada del Gobierno.

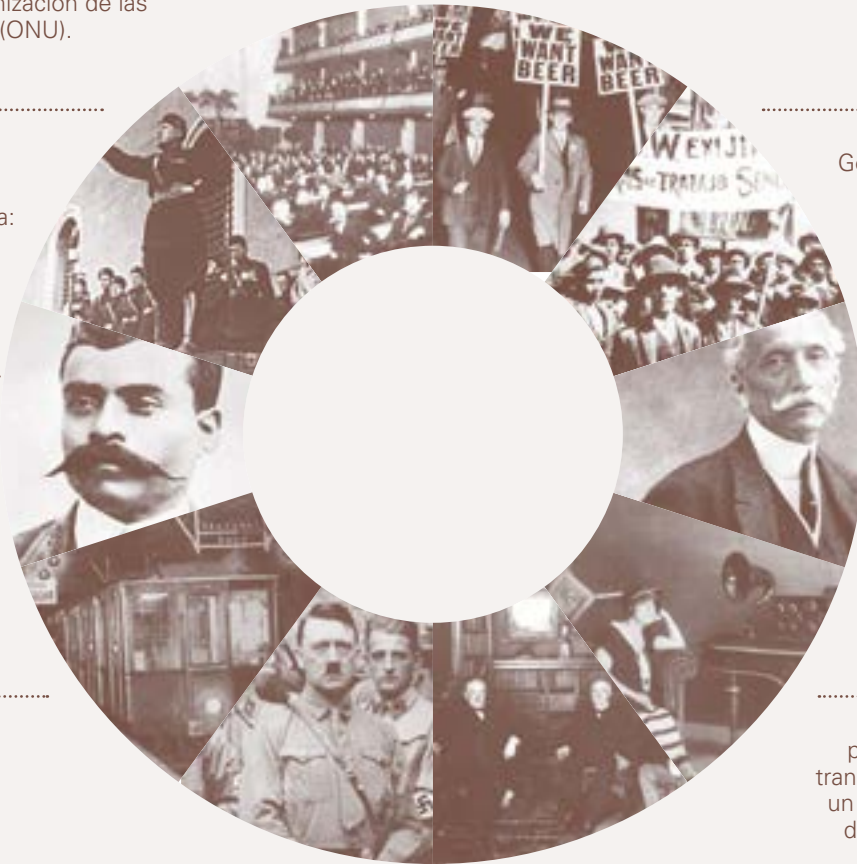
Es asesinado en Madrid por anarquistas el presidente del Gobierno Eduardo Dato. **8**

4 Se inaugura la primera línea del metro de Madrid.

En Inglaterra se produce la primera transmisión por radio: un concierto emitido desde Chelmsford. **7**

5 Adolf Hitler cambia el nombre del Partido Obrero Alemán a Partido Nacionalsocialista Obrero Alemán (NSDAP) y es proclamado líder de éste.

Entra en vigencia el Tratado de Versalles con el que se pone fin a la Primera Guerra Mundial. **6**



magma

de Cabreiroá

Agua de Aguja
de Origen Magmático

El agua
que nunca
ha visto
la luz



ITQ
En el International
Taste & Quality, Magma
ganó dos estrellas de oro
Bruselas



2012 2014 2015



Monde Selection
El Instituto Internacional
de Selecciones de Calidad, nos
otorga la Medalla de oro
Bruselas



2011 2012 2013 2014



Forum Gastronòmic de Girona
Considerado uno de los eventos más prestigiosos
en el campo de la alta gastronomía en nuestro país
encargamos en Febrero del 2011
al Premio al Mejor Packaging
Girona



Silver Pentawards 2011
A la Excelencia de la marca
en diseño y packaging
New York



Water Innovation Awards
Nos han otorgado dos grandes premios
Mejor Nueva Agua Con el Sin Gas
Packaging más Innovador
Rio de Janeiro



**EXAGERA
DAMENTE
BUENA**

Estrella Galicia es el fruto de la pasión cervecera de la Familia Rivera desde 1906:
la tradición de una saga de cuatro generaciones para lograr hoy algo extraordinario.

Hacer algo extraordinario no es solo cuestión de suerte

Estrella Galicia  recomienda el consumo responsable Alc. 5.5% Vol.